

**FERNANDA
BÉRGAMO**

Português & Redação



Aula 9 2022



REGISTRO DE AULA

Data: _____ Arquivo: Aula 9 2023

Aula: A Conclusão da Redação Parte 2

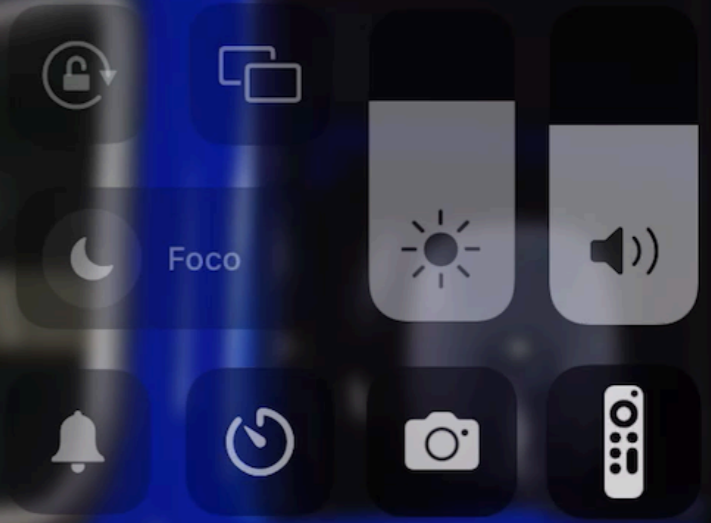
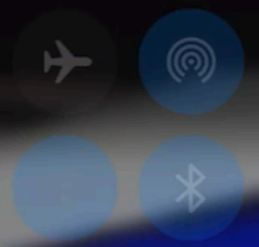


A conclusão da redação - Parte 2

A proposta de intervenção e
Como inserir DOC na conclusão



Vídeo Globo





Como Inserir DOC na Conclusão



**Vamos analisar
DOCs em
Conclusões.**



Exemplo de DOC na ação proposta



Portanto, é inegável que a reformulação da economia e a recuperação da educação são grandes desafios a serem vencidos pós-pandemia. Faz-se necessário um plano de ação contingencial **como o realizado nos EUA, onde o Banco Central americano injetará mecanismos de crédito para apoiar empresas e famílias em um esforço de diminuir o impacto econômico e minimizar as dificuldades.** Além disso, o MEC deverá reestruturar políticas públicas educacionais que sejam inclusivas para os estudantes mais atingidos neste período e criar um ano letivo emergencial para os alunos que ficaram sem acesso às aulas do ano vigente. Assim, combateremos, com ferramentas adequadas, essas adversidades após uma crise epidêmica.



Exemplo de DOC retomado da Introdução



Veja o início da Introdução:

“O Grito”, obra-prima do pintor Edvard Munch, simboliza a angústia do ser humano. Dessa forma, as distorções e a expressão do personagem, retratadas na pintura, revelam a dor e as dificuldades que a vida pode apresentar. Diante disso, o quadro em questão assimila-se intrinsecamente ao desespero vivenciado por pais cujos filhos desaparecem...



DOC retomado da Introdução

Sabendo disso, portanto, para aumentar a agilidade da resolução desses crimes, os veículos midiáticos, em parceria com o Governo Federal, devem transmitir, através de propagandas circulantes nos diversos meios de comunicação, as condutas requeridas frente a um caso de sumiço infantil. Destarte, a população saberá que não há a necessidade de oficializar a queixa, por exemplo, em uma delegacia especializada; podendo, na verdade, recorrer a qualquer delegação. Assim, junto a uma maior segurança pública e fiscalização das fronteiras, o combate ao desaparecimento de crianças será mais efetivo e **menos “Gritos” serão dados por famílias brasileiras.**



Início da Introdução

Baseado na história da chegada dos espanhóis no território brasileiro, o filme “1492” retrata a condição de vida precária enfrentada pelos povos originários, sendo esses privados de direitos básicos, como a liberdade de religião. Infelizmente, essa prática parece atravessar as barreiras da ficção, uma vez que ainda são necessárias mudanças drásticas para garantir a qualidade de vida ao índio brasileiro...



DOC retomado da Introdução

Sabendo disso, faz-se essencial a atuação do Governo para o combate à falta de inclusão do índio na educação e ao estereótipo. Cabe ao Ministério da Educação disponibilizar computadores com aulas, mapas mentais e apostilas simplificadas de maneira gratuita para a parcela de indivíduos que não dispõe de recursos. Além disso, é de extrema importância que o Ministério da Cidadania, em parceria com a Funai, elabore um espaço, em seus sites oficiais, destinados à divulgação de fotos, vídeos, artigos e palestras que visem explorar o conhecimento da cultura indígena. Dessa forma, busca-se garantir a qualidade de vida ao nativo brasileiro **e superar os desafios retratados no filme “1492”.**



Conclusão sem DOC **X** **Conclusão com DOC**



Conclusão sem DOC

Portanto, é preciso combater o preconceito e a desmotivação que comprometem a qualidade da longevidade dos “prateados”. Para isso, a mídia deve se unir às ONGs e, juntas, promoverem a conscientização por meio de campanhas que quebrem o preconceito. Ademais, a família precisa aumentar a motivação dos mais velhos, incentivando-os a sair de casa e tentar coisas novas para que eles não vivam afogados na melancolia. Assim, os idosos estarão um passo mais perto de viverem mais e, principalmente, melhor.



Conclusão com DOC

Portanto, é preciso combater o preconceito e a desmotivação que comprometem a qualidade da longevidade dos “prateados”. Para isso, **o Quarto Poder deve se unir ao Terceiro Setor** e, juntos, promoverem a conscientização por meio de campanhas que quebrem o preconceito. Ademais, a família precisa aumentar a motivação dos mais velhos, incentivando-os a sair de casa e tentar coisas novas para que eles não vivam afogados na melancolia. Assim, os idosos estarão um passo mais perto de viverem mais e, principalmente, melhor.



Conclusão sem DOC

Portanto, a superlotação e a falha na reeducação precisam ser solucionadas. Sendo assim, é importante que o Ministério Público aumente o número de vagas de trabalho na área da justiça, elevando a velocidade com que os casos são vistos, no intuito de diminuir a quantidade de presos sem julgamento. Além disso, o Ministério da Segurança Pública deve tornar obrigatória a realização de alguma forma de trabalho nos presídios, para reeducar os reclusos com a ideia de que eles são capazes de realizar algo produtivo, acabando com a necessidade de roubo. Desse modo, os dois maiores problemas das prisões brasileiras serão superados. (Perdeu a oportunidade de uma retomada grandiosa de DOC)



Introdução

No terceiro filme de Harry Potter, a ideia de prisão é bastante discutida. Nele, Azkaban é descrita como um lugar horrendo, desumano e cheio de problemas. Fora da ficção, esses conceitos também são usados para classificar os cárceres brasileiros, principalmente, por conta da superlotação e da falha na reeducação dos reclusos.



Conclusão com DOC

Portanto, a superlotação e a falha na reeducação precisam ser solucionadas. Sendo assim, é importante que o Ministério Público aumente o número de vagas de trabalho na área da justiça, elevando a velocidade com que os casos são vistos, no intuito de diminuir a quantidade de presos sem julgamento. Além disso, o Ministério da Segurança Pública deve tornar obrigatória a realização de alguma forma de trabalho nos presídios, para reeducar os reclusos com a ideia de que eles são capazes de realizar algo produtivo, acabando com a necessidade de roubo. Desse modo, os dois maiores problemas das prisões brasileiras serão superados e **podemos torcer para que a realidade horrenda atual só apareça em filmes como os de Harry Potter.**



Para usar sem abusar!!!

Citações como DOCs na Conclusão



**“EDUCAI AS
CRIANÇAS,
E NÃO SERÁ
PRECISO
PUNIR OS
HOMENS.”**

Pitágoras

Filósofo - (570 a.C. - 500 a.C)



A educação é a arma mais poderosa que você
pode usar para mudar o mundo.

(Nelson Mandela)

**FERNANDA
BERGAMO**

Português & Redação



O homem não é
nada além daquilo
que a educação
faz dele.

Immanuel Kant

“ PENSADOR



FERNANDA
BERGAMO

Português & Redação



E lembre...



Não seja vago!!!



Não seja vago!!!

VAI CAIR NO ENEM

"O Governo deveria investir mais na educação básica"



"O Governo Federal, por meio do Ministério da Educação, deveria disponibilizar mais recursos para a educação básica"





Mais uma conclusão maravilhosa



Diante disso, já que as desigualdades no trabalho e a violência de gênero são agravadas pela objetificação feminina nos canais publicitários é indispensável que o CONAR fiscalize essas campanhas depreciativas, retirando-as de circulação. E, sob a ótica da sociologia subjetiva de Weber, da história construída por sujeitos, que tal órgão promova campanhas educativas nos meios televisivos para afirmação de uma sociedade guardiã desses direitos, tudo para a construção um país mais igualitário, seguro e justo.



Tema 9

2023



Os prejuízos da objetificação da mulher na publicidade



**O que você acha de
vender perfume
assim?**

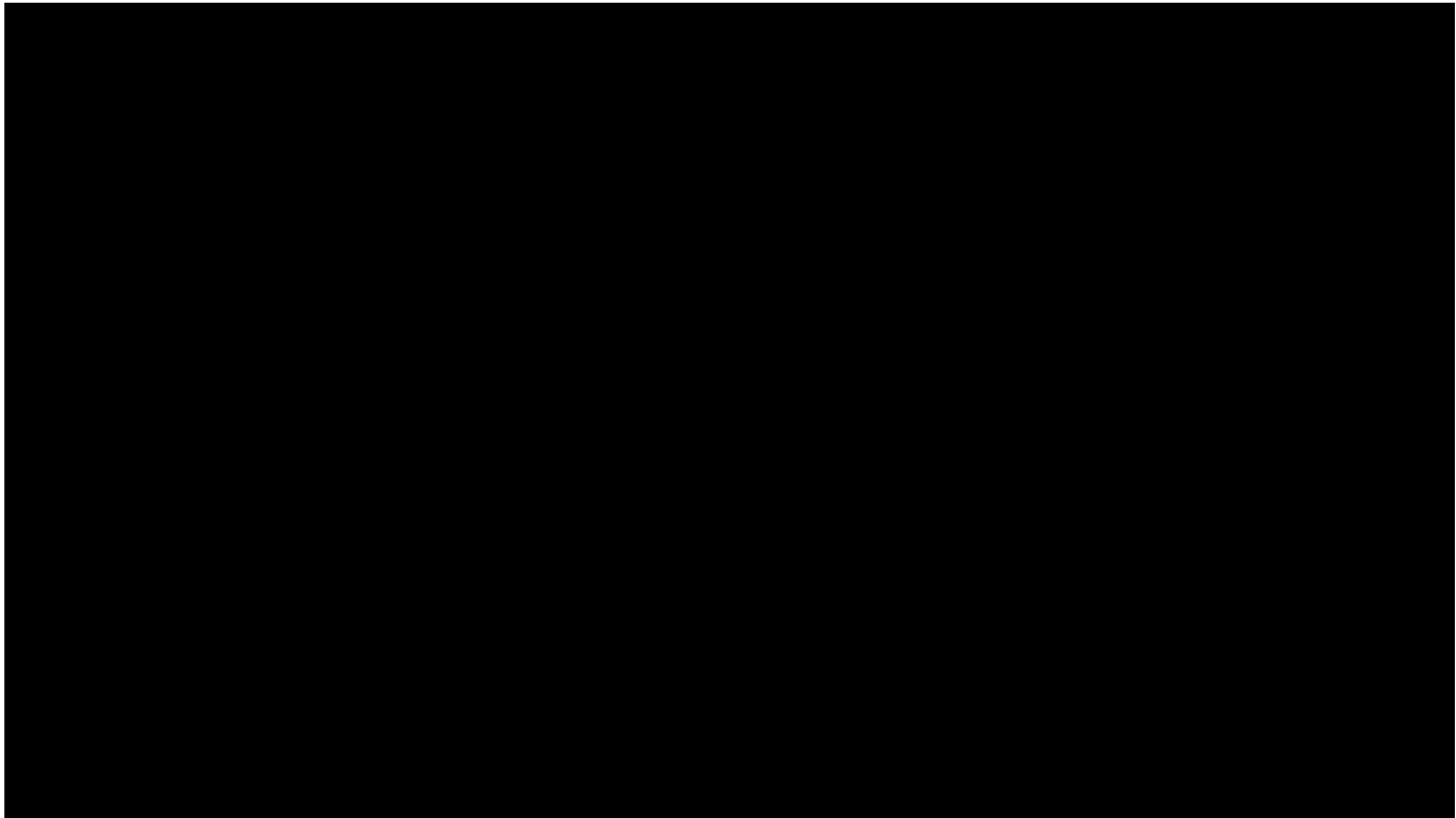
Dior

J'
da
ro
e





**O que
podemos fazer?**





**Em lugar dos textos de apoio,
vejamos inicialmente uma
redação do tema da semana.**



Redação



Sabe-se que a objetificação da mulher ocorre quando empresas tratam o corpo feminino de maneira sexualizada em busca de obter maior sucesso em suas vendas por meio das propagandas. O problema disso é que tal fenômeno cria padrões nocivos para a sociedade. Nesse contexto, torna-se evidente a necessidade de debater sobre o assunto, levando-se em consideração os seus efeitos: a busca insana pelo corpo irreal e a manutenção das várias violências sofridas pelas mulheres.



Em primeiro plano, é válido expor que a padronização da “mulher perfeita” pelos instrumentos midiáticos criou um culto a uma beleza meramente superficial e, na maioria das vezes, irreal. De fato, grande parte dos conteúdos que envolvem a figura feminina passam por edições fotográficas, de maneira a remover as “imperfeições”. Esse comportamento gera uma busca pela aceitação social que exige fisionomia esbelta e sem gorduras aparentes. Tudo isso pode acarretar frustrações e a utilização de métodos não saudáveis para emagrecer ou obter músculos, como esteroides anabolizantes e dietas perigosas. Em casos mais graves podem ocorrer depressão e dificuldade de interação social profissional.



Além disso, a objetificação da mulher nas propagandas ratifica o seu papel de objeto sexual estabelecido pela sociedade patriarcal machista. Com efeito, esse tipo de exposição coloca a figura feminina como submissa ao homem. A consequência disso é o aumento do número de casos de abuso, seja sexual, psicológico ou físico, e torna ainda mais difícil a luta pela igualdade de gênero.



É incontestável, portanto, que a exposição sexual do corpo feminino em propagandas é nociva e possui graves consequências para a vida da mulher. Sendo assim, é preciso que os órgãos controladores da mídia proíbam a utilização de imagens que passaram por edições e não condizem com a realidade. Outra medida necessária é a criminalização da exposição da figura da mulher de maneira desrespeitosa ou que induza à prática sexual. Dessa forma, um importante passo será dado na luta pela igualdade, e os padrões que tanto fazem mal serão desconstruídos.



É incontestável, portanto, que a exposição sexual do corpo feminino em propagandas é nociva e possui graves consequências para a vida da mulher. Sendo assim, é preciso que **os órgãos controladores da mídia proibam** a utilização de imagens que passaram por edições e não condizem com a realidade. Outra medida necessária é a criminalização da exposição da figura da mulher de maneira desrespeitosa ou que induza à prática sexual. Dessa forma, um importante passo será dado na luta pela igualdade, e os padrões que tanto fazem mal serão desconstruídos.



CONAR CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA

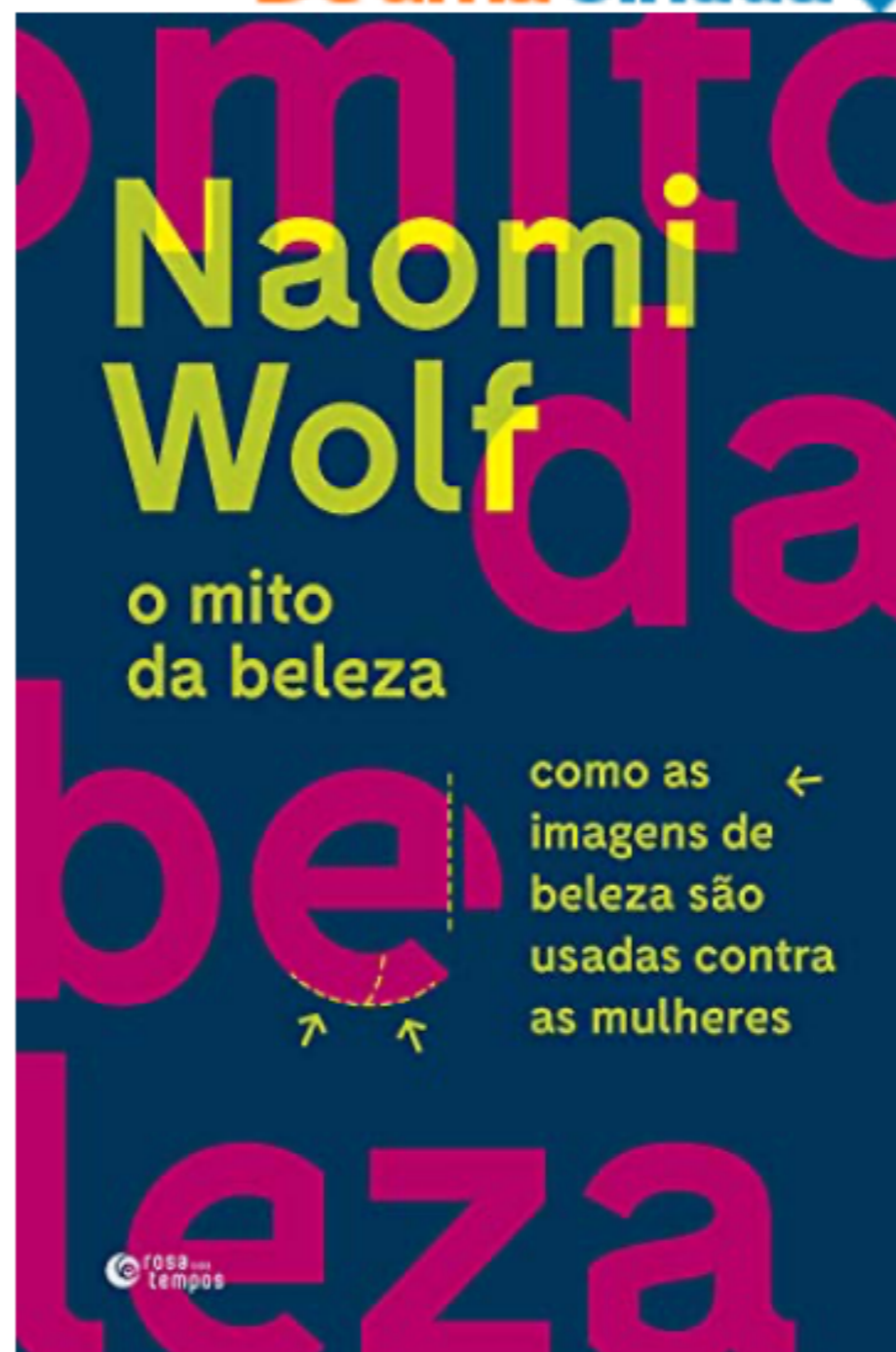


Tema da Semana

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema “**Os prejuízos da objetificação da mulher na publicidade**”, 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 1





Texto 1

“O Mito da Beleza” de Naomi Wolf é o clássico que redefiniu a visão a respeito da relação entre beleza e identidade feminina. Talvez seja um dos livros mais importantes da terceira onda feminista. Nele, a jornalista Naomi Wolf afirma que o culto à beleza e à juventude da mulher é estimulado pelo patriarcado e atua como mecanismo de controle social para evitar que sejam cumpridos os ideais feministas de emancipação intelectual, sexual e econômica conquistados a partir dos anos 1970. As leitoras e os leitores encontrarão exposta a tirania do mito da beleza ao longo dos tempos, sua função opressora e as manifestações atuais no lar e no trabalho, na literatura e na mídia, nas relações entre homens e mulheres e entre mulheres e mulheres. Naomi Wolf confronta a indústria da beleza, tocando em assuntos difíceis, como distúrbios alimentares e mentais, desenvolvimento da indústria da cirurgia plástica e da pornografia. A última edição, revista e ampliada, traz uma apresentação da autora contextualizando o livro para os leitores de hoje, já que esteve mais de duas décadas longe das livrarias brasileiras.



Texto 2

— ESTATÍSTICAS

Marcas ainda usam mulheres como objeto na propaganda

Pesquisa indica que 51% dos brasileiros consideram machista a comunicação das empresas

8 Março 2019 | 11:24h

<https://www.clientesa.com.br/estatisticas/68296/marcas-ainda-usam-mulheres-como-objeto-na-propaganda>



A primeira edição da pesquisa Oldiversity, que investigou como as marcas estão lidando com os temas longevidade e diversidade de orientação sexual, gênero, raça e pessoas com deficiência, apontou que 66% dos entrevistados afirmam que a publicidade ainda usa as mulheres como objeto e 51% dizem que a propaganda é machista. Alguns segmentos contribuem mais para consolidar essa avaliação, como o de bebidas alcoólicas, vestuário, eletrodomésticos, automotivo e até mesmo os serviços públicos. O estudo, que ouviu mais de 1,874 pessoas em todo o Brasil, também mapeou que 51% das pessoas gostariam de ver mais propagandas com elementos de diversidade.

Os dados revelam que a comunicação das marcas não mostra e retrata a realidade e a diversidade do povo brasileiro na propaganda. De acordo com 45% dos pesquisados a diversidade ainda é um tabu e 49% afirmam que as propagandas mostram uma realidade que não é a deles. "Infelizmente no Brasil é comum ver de modo registrado, na internet e nas redes sociais, o deboche contra pessoas com deficiência, ataques racistas e discursos homofóbicos, de classes e de aparência e o machismo em discurso de ódio às mulheres," explica Edmar Bulla, CEO do Grupo Croma.

Na pesquisa Oldiversity, apesar de uma boa parte dos entrevistados concordar que as marcas estão se adaptando aos movimentos feministas, 63% afirmam o contrário. "Graças a essas iniciativas e outros projetos que fomentam o empreendedorismo feminino em vários setores, como Mulheres do Brasil liderado pela Luiza Trazano e o Rede Mulher Empreendedora que colocam as mulheres na liderança e no protagonismo na sociedade, estamos começando a debater esse tema tão importante," finaliza Bulla.



Texto 3

**Não é
possível
aceitar
isto:**

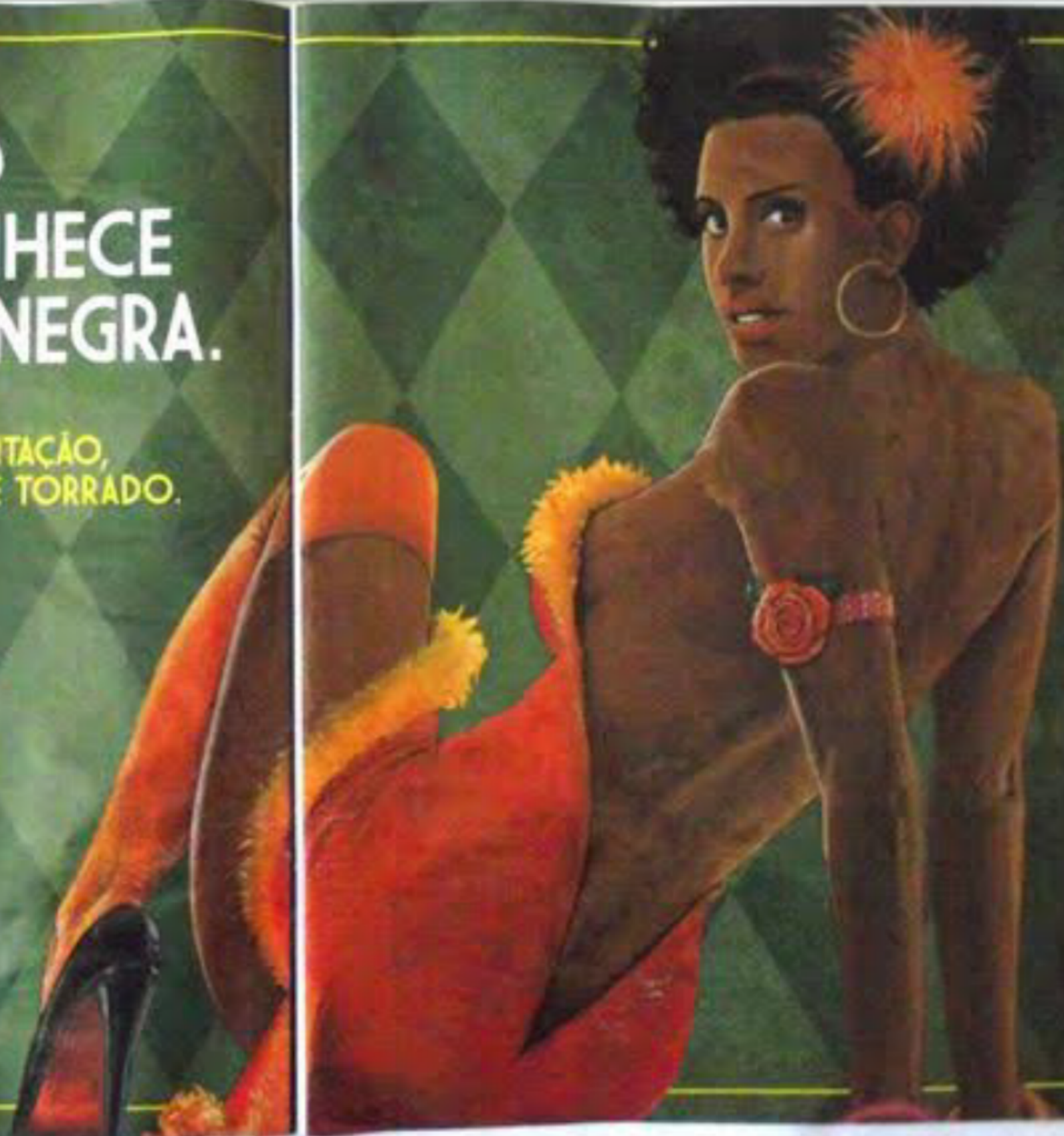


É PELO CORPO QUE SE RECONHECE A VERDADEIRA NEGRA.

DEVASSA NEGRA. ENCORPADA, ESTILO DARK ALE. DE ALTA FERMENTAÇÃO, CREMOSA E COM AROMA DE MALTE TORRADO.



DISPONÍVEL EM GARRAFAS
COM 1000 ML (1L) E
EM LATAÇÕES SUAVIZADAS
DE 330 ML (33CL).
EXCLUSIVAMENTE NAS
CERVEJARIAS DEVASSA.



BEBE COM MODERAÇÃO.