

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 a contagem de linhas.
4. **Receberá nota zero, em qualquer das situações expressas a seguir, a redação que:**
 - 4.1. tiver até 7 (sete) linhas escritas, sendo considerada "texto insuficiente";
 - 4.2. fugir ao tema ou não atender ao tipo dissertativo-argumentativo;
 - 4.3. apresentar parte do texto deliberadamente desconectada do tema proposto;
 - 4.4. apresentar nome, assinatura, rubrica ou outras formas de identificação no espaço destinado ao texto.

Tema 10: A influência das redes sociais nos padrões de consumo da sociedade brasileira

Textos motivadores

TEXTO I

A busca pelo desenvolvimento na sociedade contemporânea, atrelada ao crescimento econômico e à utilização das novas tecnologias, interfere nas relações sociais, políticas, culturais e coletivas das pessoas, ocasionando novas formas de interações entre os seres humanos que refletem em significativas mudanças comportamentais e de consumo. O espaço interativo proporcionado pela internet reduziu a distância entre as pessoas enquanto os diferentes suportes de mídias utilizados pelas redes sociais viabilizaram novos modelos de negócios. A sociedade contemporânea, para estimular o consumo e, conseqüentemente, promover o desenvolvimento atrelado ao crescimento econômico, vem se utilizando da publicidade para moldar o comportamento do consumidor. Atualmente, o comércio investe alto em publicidade baseada em estudos acerca do comportamento dos consumidores.

<https://revistas.unibh.br/dcjpg/article/download/3133/pdf567890>

TEXTO III

Ao mesmo tempo que a internet e redes sociais facilitaram a tomada de decisão, elas aumentaram o nível de exigência dos consumidores, isto é, as redes sociais proporcionam praticidade e agilidade na procura de informações. Logo, fica mais fácil desses consumidores fazerem comparações entre produtos, examinando seus preços, qualidades e comprar o que lhe convir.

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/16424/1/ACLL12112019.pdf>

TEXTO IV

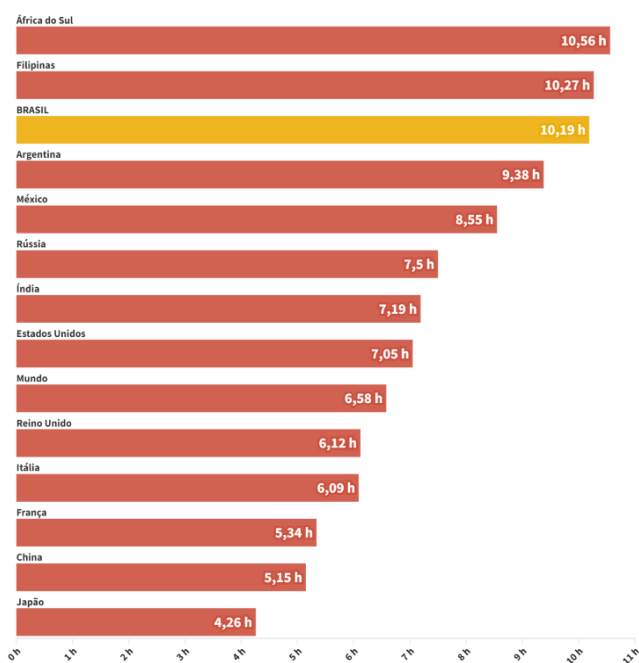
Um estudo da Qualibest mostra que os influencers já são a segunda maior fonte de informação para a tomada de decisão dos consumidores. Nada menos do que 49% dos entrevistados afirmaram que já consumiram um produto ou serviço porque foram influenciados digitalmente. Os influencers só ficam atrás das recomendações dadas por parentes e amigos. E o poder de influência dessas pessoas e perfis vai além: uma pesquisa da YouPix revela que apenas 10% do público entre 18 e 34 anos de idade afirma nunca ter sido influenciado no meio digital. Além disso, a pesquisa mostra que 64% desses jovens já pesquisou uma marca ou um produto por meio de influencers.

<https://betminds.ag/blog/o-impacto-do-mercado-de-influenciadores-digitais-no-consumo-e-no-mercado-em-geral>

TEXTO II

PAÍSES ONDE AS PESSOAS FICAM MAIS TEMPO ONLINE

Brasileiros estão entre os mais conectados (em horas e minutos por dia)



Fonte: Datareportal.com (Digital 2022: Global Overview Report)

Proposta de redação

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 **"A influência das redes sociais nos padrões de consumo da sociedade brasileira"**, apresentando proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para a defesa de seu ponto de vista.