

SÉRIE	ITA		
PROFESSOR(A)	DANIEL VICTOR / PEDRO ISRAEL	SEDE	
ALUNO(A)		Nº	
TURMA	TURNO	DATA	___/___/___

INSTRUÇÕES

- A redação deve ser feita na folha a ela destinada, respeitando os limites das linhas, com caneta azul ou preta.
- A redação deve obedecer à norma padrão da língua portuguesa.
- Dê um título para sua redação.
- A banca examinadora aceitará qualquer posicionamento ideológico do candidato.

Na avaliação de sua redação, serão considerados:

- a) clareza e consistência dos argumentos em defesa de um ponto de vista sobre o assunto;
- b) coesão e coerência do texto; e
- c) domínio do português padrão.

Com base em um ou mais itens da coletânea e em seus conhecimentos, argumente sobre a questão abaixo.

A importância da empatia social para a superação de crises humanitárias.**Texto I****O BRASIL ESTÁ PRECISANDO DE EMPATIA, COMPAIXÃO E COLETIVIDADE**

Carla Jiménez, diretora de Redação da edição brasileira do *EL PAÍS*, tinha preparado para receber o prêmio jornalístico Troféu Mulher de Imprensa um discurso que acabou não lendo, dada a informalidade do ato. Nele, a jornalista, que confessa ter dois corações, um de seu país de origem, o Chile, e outro, brasileiro, e “que consegue ver somente a beleza presente na alma deste país”, dava uma pincelada sobre o que tem sido e é para ela o jornalismo e sua tarefa neste jornal.

Acredito que seus milhões de leitores gostarão de conhecer o que ela havia escrito para ler em público. Em um momento crítico para a atividade jornalística, o das *fake news* e da pós-verdade, Carla lança um desafio a todos os que seguem apostando na função social de informar a sociedade com credibilidade: “Não me rendo às verdades distorcidas de que este país é incapaz de sair de seu lugar”. E ela se pergunta: “Como romper os bloqueios?”. Resume com uma frase que define a função básica do jornalismo sério: “Procurar revelar as sombras do Brasil, mas também mostrar as luzes da sociedade brasileira”. Uma sociedade, diz, que está necessitada de “empatia, de compaixão e de coletividade”. Três componentes básicos que ajudariam este país a sair da crise em que vive. A empatia como capacidade de saber escutar e compartilhar, com o coração aberto, os lamentos de dor e de esperança dos que caminham a nosso lado, seja qual for sua crença. A compaixão para não fechar os olhos ao sofrimento dos outros, que costuma ser o nosso, embora às vezes o chamemos por outro nome. E a necessidade de coletividade, o esforço de juntar as mãos para construir a sociedade em que gostaríamos de viver. Sem essa consciência de comunidade, enredados no individualismo ou adormecidos nos sofás dos privilégios, dificilmente conseguiremos um país menos desigual.

Carla confessa que encontrou neste jornal, que ajudou a construir com paixão e profissionalismo desde o primeiro dia da Edição Brasil, o que sempre guiou seus passos como jornalista livre e comprometida com a profissão: a defesa dos valores democráticos sem rótulos, que, lembra, guiou o nascimento do *EL PAÍS* espanhol, que foi criado meses depois da morte do ditador Franco e apostou, desde o primeiro número, na democracia que tinha sido mortificada durante os 40 anos da ditadura.

Carla resume quais são os pilares que neste momento de um mundo em transformação este jornal defende: os valores da mulher, uma das maiores revoluções de nosso tempo, a inclusão das minorias, em um momento em que a intolerância e os novos racismos tentam relegá-las ao esquecimento, e a defesa dos valores democráticos, um capítulo crucial neste país e que começa a ser ameaçado pelos demônios do totalitarismo e o esquecimento dos marginalizados.

Disponível em: <https://brasil.elpais.com/>. Acesso em: 7 mar. 2021

Texto II

VIVIANE SENNA: ‘ESCOLA PRECISA ENSINAR ALUNOS A TER EMPATIA’

Novo estudo ouve brasileiros fora da escola e do mercado de trabalho e conclui que eles estão presos em barreiras relacionadas à pobreza e ao gênero

O Brasil tem o desafio de recuperar o atraso de alfabetização de crianças que remete ao século 19 ao mesmo tempo que adequa seu currículo para as exigências do século 21, defende Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna – criado 25 anos atrás, após a morte de seu irmão piloto.

Em entrevista à BBC News Brasil na sede do instituto, em São Paulo, Viviane Senna advoga pela inclusão das competências socioemocionais – habilidade de trabalhar em equipe, empatia, tolerância – nos currículos das escolas, como vivências e práticas, para preparar crianças mais tolerantes socialmente e mais aptas às necessidades do mercado profissional do futuro.

“As empresas sabem muito bem a falta que essas habilidades fazem, porque, como dizem os RHs das empresas, os funcionários são contratados por suas competências cognitivas e técnicas, mas demitidos pela falta das competências socioemocionais, pelo comportamento.”

Disponível em: <https://www.bbc.com/>. Acesso em: 7 mar. 2021.

Texto III

A PSICOLOGIA POR TRÁS DA CORRIDA POR PAPEL HIGIÊNICO EM MEIO A “MEDO CONTAGIOSO” DO CORONAVÍRUS

Autor do livro *The Psychology of Pandemics* (A Psicologia de Pandemias, em tradução livre), lançado três semanas antes do início do surto do coronavírus na China, Steven Taylor diz que compras motivadas pelo pânico aconteceram em outras pandemias também, mas foram pouco documentadas.

Segundo ele, durante a Gripe Espanhola, em 1918, as pessoas esvaziaram prateleiras de Vick Vaporub, nome comercial da pomada criada para desobstruir as vias aéreas durante gripes e resfriados. A empresa produtora da pomada até fez uma série de propagandas especiais relacionadas à pandemia.

Dessa vez, além do álcool em gel, as fotos que viralizam são de pessoas estocando papel higiênico. Taylor tem uma teoria: “O papel higiênico virou um símbolo de segurança, embora não vá impedir que as pessoas sejam infectadas pelo vírus. Mas quando as pessoas ficam sensíveis a infecções, aumenta a sensibilidade delas para o que é nojento. É um mecanismo para nos proteger de patógenos”.

Para ele, o papel higiênico é visto, então, como um instrumento para evitar coisas nojentas e vira um símbolo de segurança.

Ele observa que as pessoas fazendo compras motivadas pelo pânico são geralmente ansiosas. E que essa pandemia é uma pandemia das redes sociais.

“A diferença fundamental dessa pandemia para outras são as redes sociais e nossa interconexão. As pessoas são expostas a vários materiais, inclusive fotos e textos dramáticos. É uma ‘infodemia’”, afirma. E o que viraliza são as imagens de corredores e prateleiras vazios, não de pessoas fazendo compras normalmente, como é a maioria dos casos.

E por causa da conexão entre as pessoas pelo mundo inteiro, se houver qualquer orientação oficial para que a população estoque produtos em um país, essa informação pode viajar para outros locais e estimular as compras mesmo onde não houver necessidade semelhante, inflando artificialmente a sensação de ameaça.

Disponível em: <https://www.bbc.com/>. Acesso em 7 mar. 2021.

Texto IV



Disponível em: <https://www.bbc.com/>. Acesso em 26 mar. 2020.

SUPERVISOR(A)/DIRETOR(A): MARCELO PENA – AUTOR(ES): DANIEL VICTOR / PEDRO ISRAEL
DIGITADOR(A): EDNA – REVISOR(A): RITA