

## A redação para ENEM e vestibulares

### O DESENVOLVIMENTO DO TEXTO ARGUMENTATIVO I

O desenvolvimento é certamente a parte da redação que demanda mais atenção e planejamento para ser bem-sucedido. Sem dúvidas, é nele que o aluno deve investir mais energia, pois se trata da etapa em que mais critérios são avaliados para a composição da nota final. Por isso, é fundamental que se saiba em detalhes como fazer um desenvolvimento para garantir uma excelente nota.

De início, é fundamental perceber que a função cumprida pelo desenvolvimento é diferente daquela realizada pela tese. Se a função da tese, como vimos, é delimitar o ponto de vista a ser sustentado pelo texto, o desenvolvimento é exatamente a etapa responsável por realizar essa sustentação. É, portanto, necessário perceber que o desenvolvimento não pode ser uma simples continuidade da introdução, uma complementação da apresentação do ponto de vista, algo que deve ser feito inteiramente na introdução.

Também é importante perceber que um bom desenvolvimento geralmente é alcançado quando o aluno fez na introdução uma boa delimitação do ponto de vista a ser defendido. Isso torna muito mais fácil averiguar os conhecimentos disponíveis sobre o tema à procura de argumentos. Isso certamente é melhor (e mais rápido!) do que buscar ideias aleatoriamente na esperança de encontrar algo interessante para defender um ponto de vista indefinido.

Entendido isso, vamos a uma definição simples de argumento:

**Argumento é uma informação capaz de convencer alguém a concordar com uma tese**

Na hora de escolher os argumentos, é sempre conveniente se perguntar se a informação escolhida pode ser apresentada para defender a tese. Às vezes, inclusive, é interessante modificar a tese para melhor relacioná-la ao argumento elencado. Por fim vale a pena analisar se a informação exibe alguma problemática possível de ser solucionada.

Argumentos bons não se limitam ao senso comum, não são ideias óbvias, compartilhadas sem fundamentação pela maioria das pessoas. É importante que o avaliador perceba que o candidato tem um bom conhecimento de mundo e que foi capaz de fazer reflexões profundas sobre o tema. Portanto é bastante recomendável enriquecer a argumentação com exemplos, com referências a fatos da atualidade e com o estabelecimento de relações com diversas áreas do

conhecimento. Para se aprofundar nas diversas áreas do conhecimento, é essencial ao aluno a capacidade de associar o tema da prova aos livros que leu, filmes a que assistiu, autores e conceitos que estudou nas diversas matérias, notícias que viu, etc.

### Exemplificação:

Dar exemplos que demonstrem a plausibilidade da tese afirmada na introdução é sempre uma maneira válida de argumentar. Deve-se, nessa estratégia, levar em conta as seguintes dicas:

- Dar preferência a exemplos provenientes das atualidades.
- Preferir notícias amplamente divulgadas.
- Evitar exemplos hipotéticos.

Algumas expressões tipicamente usadas para esse tipo de argumento são: por exemplo, a exemplo de, a título de exemplificação, um exemplo disso ocorreu, etc.

Vejam os a seguir um parágrafo de desenvolvimento construído a partir da estratégia da exemplificação:

*“Mobilizações sociais são comumente responsáveis por mudanças não apenas na organização política, mas no pensamento típico de uma época ou um povo. A Revolução Francesa, por exemplo, foi deflagrada pela classe baixa da França do século XVIII, e é até hoje considerada o símbolo de “liberdade, igualdade e fraternidade”, e o marco fundador de toda a contemporânea cultura ocidental. Assim, é evidente o poder que mesmo as classes menos favorecidas têm de impactar a ideologia corrente quando se organizam e mobilizam.”*

### Dados Estatísticos ou pesquisas:

Apresentar dados estatísticos ou pesquisas de instituições especializadas que corroborem sua opinião é uma ótima ideia. Os seguintes cuidados fortalecem esse tipo de argumento:

- Citar fontes.
- Preferir dados atualizados.
- Apresentar números, ainda que aproximados.
- Não inventar dados ou pesquisas.

## Exemplo 1

“Inicialmente, é um equívoco acreditar que a mera punição dos criminosos é uma forma viável de combate à criminalidade. Os presídios do país refletem tal mentalidade, pois, em geral, unicamente atendem aos anseios por vingança provenientes da sociedade. No entanto, de acordo com o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), cerca de 70 por cento dos egressos do sistema penitenciário brasileiro voltam a cometer crimes. Isso deixa evidente que apenas prender um infrator, submetendo-o às terríveis condições das penitenciárias brasileiras não resolve nem sequer atenua o problema da insegurança no Brasil.”

## Exemplo 2:

“Além disso, o machismo, ainda tão presente na sociedade brasileira, influencia muitas pessoas a minimizar a gravidade da violência de gênero no país. Isso pôde ser comprovado no resultado de uma pesquisa realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), em 2014, em que 26% por cento dos entrevistados responderam que mulheres que usam roupas curtas merecem ser atacadas. Esse tipo de opinião absurda, que culpabiliza a vítima, é um fator que distancia as brasileiras do pleno usufruto de seu direito à igualdade constitucional e à integridade física.”

## Comparação e contraste:

Às vezes é válido comparar lugares, épocas e situações distintas para demonstrarmos a veracidade do que tentamos defender. Essa estratégia costuma ser bem-sucedida quando respeitamos as seguintes orientações:

- Confrontar informações de mesma categoria.
- Conhecer as realidades a serem comparadas.
- Deixar claras as conclusões tiradas a partir da comparação

“Muitos pais têm então se queixado do comportamento consumista de seus filhos, apelando para organizações de defesa dos direitos da criança e do adolescente. Em abril de 2014, foi aprovada uma resolução que julga abusiva essa publicidade infantil, gerando conflitos entre as empresas, organizações publicitárias e os defensores dos direitos deste público-alvo. Entretanto, tal resolução configura um importante passo dado pelo Brasil com relação ao marketing infantil. Alguns países cujo índice de escolaridade é maior que o brasileiro já possuem legislação que limita os conteúdos e horários de exibição dos comerciais destinados às crianças. Outros, como a Noruega, proíbem completamente qualquer publicidade infantil.