

Coessão Textual

Quando falamos de competências do ENEM, sempre citamos a coessão textual. A coessão é o quarto critério a ser analisado na prova de redação do Exame. Ter 200 pontos focados apenas nessa parte do texto mostra como trabalhá-la precisa ser prioridade na hora do seu planejamento. Além disso, os recursos coesivos também são cobrados em questões, tanto no ENEM quanto em outros vestibulares.

Para garantir o seu 1000, é muito importante que você conheça não só a definição de coessão, mas também a sua tipologia e recursos importantes para deixá-la cada vez mais presente no seu texto e gabaritar qualquer questão. Isso tudo você vai ver/rever nas nossas monitorias desta semana. Vamos dar uma olhada em alguns textos ricos em recursos coesivos?

Texto 1:

Tema: [Como incluir, no âmbito social, o hábito da leitura e de enriquecer o conhecimento?](#)

Certa vez, Paulo Freire, importante educador e filósofo brasileiro, destacou a necessidade de a leitura ser um ato de amor. Em outra ocasião, Jorge Luis Borges, poeta argentino, apontou o ato de ler como uma forma de felicidade. De fato, durante séculos, tal atividade foi fonte de conhecimento e desenvolvimento da sociedade, trazendo importantes ensinamentos a quem a tinha como um hábito. Entretanto, nos dias de hoje, tal avidez tem perdido seu espaço no meio social, vítima de uma falta de incentivo por parte dos setores responsáveis por criá-lo e do próprio mercado, que desestimula um hábito crucial na vida da população.

Em um primeiro plano, é importante analisar o problema pela sua raiz: a educação. Instituições de ensino, hoje, não incentivam mais a leitura diária. É fato que ainda há escolas e universidades de ensino mais tradicional que adotam livros para o ano letivo e trabalham seu conteúdo em sala de aula, mas, em sua grande maioria, os principais agentes responsáveis pela criação do hábito na sociedade não se preocupam mais com a leitura. O foco do ensino hoje está nos concursos e, uma vez que as provas não cobram mais o conhecimento acerca de determinadas histórias, não há incentivo para a sua adoção. O problema, porém, não se resume à negligência.

Enquanto as instituições não fazem a sua parte, o mercado mostra a que veio: a cada dia, o preço dos livros em lojas físicas fica maior. Diante de um mercado digital que ainda cresce pouco no mundo, crescimento que ajudaria a amenizar o problema, o já baixo número de consumidores diminui ainda mais pelos altos valores. Prova disso é a diversificação de produtos por parte de livrarias renomadas em prol de não perderem seu lugar no comércio, como muitas “megastores”. A escassez na venda de livros traz prejuízos compensados por eletrônicos, CDs, DVDs e brinquedos. Nesse sentido, o incentivo, que já era pouco, é posto em xeque pela própria precificação.

Torna-se evidente, portanto, que setor privado e instituições de ensino em nada ajudam na resolução do problema, que só cresce, sendo necessário, então, que se recorra a outros agentes sociais, de forma que estimulem uma ação por parte dos omissos. Em primeiro lugar, o governo, em parceria com as ONGs, pode criar campanhas de doação de livros, a fim de incentivar a adoção das leituras habituais sem custo por parte das escolas. Além disso, a mídia pode auxiliar as principais livrarias na divulgação de seus lançamentos, para que as vendas aumentem e, então, seus preços sejam reduzidos. Só assim, estimulando o hábito de ler na raiz, amor e felicidade na leitura pregados pelos dois grandes autores serão, finalmente, características do leitor contemporâneo.

Texto 2**Tema:** [Publicidade infantil em questão no Brasil \(ENEM 2014\)](#)**Abrindo as cortinas**

Brás Cubas, o defunto-autor de Machado de Assis, diz em suas “Memórias Póstumas” que não teve filhos e não transmitiu a nenhuma criatura o legado de nossa miséria. Talvez hoje ele percebesse acertada sua decisão: a postura de empresários e anunciantes em relação à publicidade para crianças é uma das faces mais perversas de uma sociedade que se despe de valores éticos em nome do estímulo ao consumo. Reverter esse quadro sem ferir a liberdade de expressão – eis a missão de um país que se diz democrático.

É válido considerar, antes de tudo, o poder da propaganda no século XXI. A fim de persuadir os consumidores, empresas utilizam-se de linguagem sugestiva e apelos sensoriais – como trilhas sonoras temáticas e animações – para tornar mais eficaz a venda de seus produtos. As crianças, imaturas e desprovidas de senso crítico aguçado, acabam por se tornar alvos fáceis dessa estratégia de comunicação. Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”, e os veículos de mídia parecem ter aprendido muito bem essa lição quando trouxeram os personagens, as cores e as músicas infantis para a sua publicidade.

Cabe apontar também o papel da família nesse processo. A sociedade patriarcal do passado, centrada na figura do homem, cedeu lugar a relações mais flexíveis entre pais e filhos, em que estes passaram a ter maior autonomia e poder de escolha. O mercado, sempre atento, percebeu a mudança e passou a investir em atores-mirins para divulgar seus produtos. Prova disso são os recorrentes comerciais de TV que usam crianças para vender eletrônicos e outros produtos “adultos”. Nesse contexto, progenitores acabam por se descobrir reféns dos pequenos influenciadores que habitam seus lares.

Fica evidente, portanto, que excessos na publicidade infantil devem ser combatidos, sem que ocorra o retorno nefasto da censura. Para isso, o governo brasileiro deve regular o setor, fiscalizando e criando leis que limitem os interessados, seguindo as melhores práticas de referências democráticas como Reino Unido e Suécia. A mídia precisa exercer de forma plena sua função social, denunciando e coibindo abusos dos anunciantes por meio de campanhas que trabalhem a questão – sempre seguida de perto por ONGs e comissões de pais que levanten a bandeira. Assim, poderemos, aos poucos, abrir as cortinas do mundo capitalista para nossas crianças, de modo que possam vir a se tornar consumidores realmente conscientes no futuro – e um legado de que Brás Cubas pudesse se orgulhar.

Todas as dúvidas e explicações fundamentais na sua produção textual e resolução de questões você encontra em uma de nossas monitorias. É só abrir o calendário, fazer a inscrição e ter tudo descomplicado! Estamos esperando você!

Bom texto e bom 1000!