

Texto I:

O McDonald's enganou consumidores ao vender o novo sanduíche McPicanha sem picanha, dizem especialistas ouvidos pelo UOL.

O caso gerou polêmica depois de a página Coma Com os Olhos, que faz resenhas sobre lanches no Instagram, publicar que a linha de sanduíches McPicanha, recentemente relançada, não tinha mais picanha entre os ingredientes de seu hambúrguer. A empresa admitiu que o sanduíche só tem "molho sabor picanha" e, após a repercussão negativa, pediu desculpas "se o nome escolhido gerou dúvidas", e informou que vai retirar o sanduíche do cardápio. O McDonald's adotou uma prática enganosa, segundo Mariana Gondo, advogada do programa de Alimentação Saudável do Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor). A prática induz o consumidor a erro sobre uma característica, que é essencial ao produto. A rede não pode destacar uma coisa que não existe. Para a advogada, a informação tem que ser clara, ostensiva e deve aparecer de forma transparente. "Não adianta a marca utilizar recursos de colocar textos em letras minúsculas para explicar. Ela precisa ser clara e consistente", afirma. Para a advogada, neste caso, talvez seja necessário realizar uma contrapropaganda para esclarecer o consumidor.

PEZZOTTI, Renato. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/04/29/mcdonalds-enganou-consumidores-com-novo-mcpicanha-analistas-opinam.htm>. Adaptado. Acesso em 16.mai.2022.

Texto II

Fake food: prática pode render multa superior a R\$ 11 milhões

A rede de fast food Burger King decidiu mudar o nome do sanduíche "Whopper Costela" para "Whopper Paleta Suína". A decisão ocorreu um dia depois de a empresa ser notificada pelo Procon de São Paulo por suspeita de propaganda enganosa. "O Procon tem olhado com preocupação a publicidade de gêneros alimentícios em que se destaca um determinado componente que não faz parte do ingrediente principal", afirmou o diretor do Procon-SP, Guilherme Farid. (...)

O que pode acontecer?

Se for comprovado que o consumidor foi induzido ao erro, a empresa pode ser multada por publicidade enganosa em mais de R\$ 11 milhões. A publicidade de qualquer produto deve ser transparente e verdadeira. Afinal, quem compra deve saber o que está comprando.

<https://www.sbtnews.com.br/noticia/sbt-brasil/207047-fake-food-pratica-pode-render-multa-superior-a-r-11-milhoes>. Adaptado. Acesso em 19.mai.2022.

PROPOSTA DE REDAÇÃO: Imagine que você tenha sido convidado por uma revista de grande circulação nacional para escrever um **ARTIGO DE OPINIÃO** sobre propaganda enganosa de gêneros alimentícios, que já está sendo chamada de **INDÚSTRIA FAKE FOOD**.

Esse **ARTIGO** deverá não só apresentar o assunto, mas também, e principalmente, seu posicionamento frente à iniciativa do Procon (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor).

Escreva de 20 a 25 linhas.

Você já sabe, mas não custa lembrar...

O **Artigo de opinião**, como o próprio nome já diz, é um texto em que o autor expõe seu ponto de vista a respeito de algum tema polêmico. É um gênero textual que se apropria, predominantemente, do tipo dissertativo.

Dá-se o nome de articulista àquele que escreve o Artigo, que é persuasivo: inserido em grandes jornais/revistas, é um serviço prestado ao leitor, com o objetivo de convencê-lo acerca não só da importância do tema ali enfrentado, como também, e principalmente, da relevância do posicionamento do articulista. São comuns o apelo emotivo, as acusações, o humor, a ironia – tudo baseado em informações verdadeiras.

O artigo, geralmente, é escrito na 1ª pessoa, leva título e assinatura.

A estrutura do artigo de opinião, ainda que maleável, procura seguir:

- ✓ Introdução, com a apresentação do tema e da tese/da opinião a ser defendida;
- ✓ Desenvolvimento, com as argumentações para a defesa da tese/da opinião e
- ✓ Conclusão, com a reafirmação da tese/da opinião e a provocação do leitor, encaminhando-o para as próprias reflexões.