

TEXTO-BASE

“O jovem é especialmente suscetível aos apelos do consumismo”

Especialista fala sobre as relações entre juventude e consumo desenfreado

POR THAIS PAIVA

Prazer, sucesso, felicidade, alívio. Todas essas sensações costumam surgir como consequência da realização de um objetivo ou meta. No entanto, são também esses sentimentos que costumam respaldar o (...) consumismo, modo de vida orientado para uma crescente propensão ao consumo de bens e serviços, em geral, supérfluos. (...) O jovem é especialmente suscetível aos apelos do consumismo. As mídias, tanto as mais antigas, como revistas, jornais, televisão, quanto as novas, difundidas pela internet, incluindo as mídias sociais, mostram propagandas de todos os tipos de produtos. Além disso, os blogs apresentam modos de vida considerados “desejáveis” pelos seus desenvolvedores, que ganham para mostrar certos produtos. O aval desses formadores de opinião tornou-se extremamente importante para os jovens que querem projetar uma determinada imagem.

Por isso, tanto a moda adotada pelo grupo ao qual deseja pertencer, quanto o grupo em si, são importantes na formação desses valores consumistas. [...]

Hoje, os pais, mais ausentes, tentam recompensar essa falta de tempo compartilhado com itens de consumo. A família deveria ser o primeiro lugar de aprendizado do consumo consciente. É evidente que crianças e mesmo os adolescentes mais jovens não têm o autocontrole suficiente para frustrar seus desejos de consumo. Caberia aos adultos responsáveis da família discutir o que são as necessidades de sobrevivência e o que é supérfluo (...).

<https://www.cartacapital.com.br/educacao/o-jovem-e-especialmente-suscetivel-aos-apelos-do-consumismo/>, com adaptações. Acesso em 16.mai.2022

CONTEXTUALIZAÇÃO E COMANDO: Imagine que, depois de lida a matéria acima, você, diante da importância do assunto, decide escrever uma **CARTA DO LEITOR**, endereçada ao editor da revista Carta Capital, em cuja carta você manifestará suas impressões/opinião sobre a matéria lida.

Super dica: Você leu o texto com atenção? Procure imaginar a gravidade do excesso do consumo entre os jovens.

Só para lembrar...

A **CARTA DO LEITOR** (ou **CARTA AO EDITOR**) é o gênero textual que permite o diálogo entre leitor e editores de jornais e revistas – em tais veículos de comunicação é comum haver um espaço reservado para essa interlocução. Por meio da carta, o leitor manifesta sua opinião acerca de matéria veiculada, geralmente, em edições recentes. A **CARTA DO LEITOR** pode, ainda, elogiar a edição, registrar um protesto acerca do assunto, sugerir a tomada de medidas ou decisões etc.

COMO FAZER?

Ainda que comumente não vejamos a moldura da **CARTA DO LEITOR** nos jornais e revistas – isso por economia de espaço – a estrutura é maleável, e deve contemplar: local, data, vocativo, síntese do assunto (quem ler a carta deve saber do que se trata, sem depender da matéria base da Carta do Leitor), dados da publicação da matéria (pág. XX, edição de nº XX), discussão/impressões do leitor, despedida e identificação/assinatura do emissor. Não contém título e geralmente é conduzida na 1ª pessoa do singular. Quando o enunciado da proposta não trouxer um limite, a **CARTA DO LEITOR** deve ser escrita em, aproximadamente, 20 linhas.

MUITA ATENÇÃO: A **CARTA DE LEITOR** é, preferencialmente, endereçada ao editor do jornal ou da revista, e não ao autor da matéria sobre a qual o leitor vai escrever. Comece assim: “A abordagem sobre..., da edição nº..., foi oportuna. Entretanto.../Com razão...”.