

A partir da discussão levantada no texto abaixo, de Luiz Alberto Marinho, redija uma dissertação sobre o tema:

A diversidade de opções e o paradoxo da escolha no mundo moderno.

Para construir seu texto, além de seu conhecimento de mundo, você deve levar em conta as informações e argumentos levantados pelo autor, sem, no entanto, fazer colagens de trechos do texto. Não serão corrigidas redações com menos de 120 palavras.

“ISTO, AQUILO OU O QUÊ?”

Você pode não acreditar, mas houve um tempo em que todas as banheiras eram brancas, todos os cheques eram verdes e todos os telefones, pretos. Quer mais? Em pleno século 20 você comprava um telefone fixo, terminava de pagar e não tinha a menor idéia de quando receberia o aparelho. O preço e a companhia telefônica o governo decidia por você. Fora da esfera estatal, havia quase sempre duas alternativas. Coca ou Pepsi. Brahma ou Antártica. Amil ou Golden Cross. O Globo ou JB, no Rio. Folha ou Estadão, em Sampa. Naquela época era muito mais fácil. Bastava escolher – ou isto ou aquilo.

Atualmente, para fazer um simples interurbano, o estresse é enorme. Não falo da tecnologia, que é muito melhor. O problema hoje é outro – qual operadora usar? A qualidade dos telefonemas é boa em todas elas. Então, por que não eleger a mais barata? Você só precisa decidir se quer a mais barata para as ligações de dia ou de noite, durante a semana ou no fim de semana, para telefone fixo ou móvel. Desistiu? Prefere comprar um celular? Bem, então, você deve primeiro escolher a operadora, depois o tipo de telefone, quais brinquedinhos que gostaria de possuir e depois o plano. Ufa!

Segundo o censo divulgado pela Associação Brasileira de Lojistas de Shopping Centers, existem hoje 68.260 lojas apenas nos 572 shoppings brasileiros, um aumento de 5,5% em relação ao ano passado. As marcas e suas extensões também proliferam. Para comprar um creme dental, você é obrigado a tomar complexas decisões – pasta antitártaro, com bicarbonato, gel refrescante, tripla ação ou ação total? Nós nunca tivemos tantas alternativas à disposição. Afinal, isso é bom ou ruim?

De um lado, há óbvias vantagens, como o aumento da qualidade dos produtos e a redução dos preços. Mas queremos mesmo tantas opções? No livro *The Paradox of Choice*, ainda inédito no Brasil, Barry Schwartz defende a tese de que o excesso de oferta acaba inibindo o consumo. ‘Uma grande variedade de opções pode desencorajar os consumidores, porque exige deles um esforço extra na hora de tomar a decisão. Muitos consumidores decidem não decidir e acabam não comprando. Ou, se compram, experimentam um desprazer com a escolha que reduz o prazer da aquisição’, escreveu.

A conclusão de Schwartz é de que gostamos de contar com um harém de marcas a nos cortejar, mas acabamos voltando para a segurança das nossas velhas escolhas, enquanto elas estiverem nos satisfazendo. Afinal, nada como um rosto conhecido no meio de uma assustadora multidão, não é mesmo?”

(Luiz Alberto Marinho. Revista GOL, n. 24, p.74)

Cursos que Indicamos

Conheça os cursos e dê o próximo passo na sua preparação.

Clique na imagem ou no botão para acessar.



Código Matemática 2.0

Conhecer o curso



Curso Preparatório ENEM

Conhecer o curso



Curso Preparatório Redação ENEM

Conhecer o curso

