

Texto-base

O número de jovens inadimplentes vem crescendo constantemente no Brasil. Dados do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) revelam que 19% dos brasileiros entre 18 e 24 anos estão endividados. Mas por que isso acontece e de que forma seria possível reverter essa realidade?

Dados do SPC Brasil revelam ainda que 46% dos brasileiros com idade entre 25 e 29 anos estão inadimplentes. Junto com o grupo anterior, isso soma um total de 12,5 milhões de pessoas. Além disso, 75% dos jovens com idade entre 18 e 30 anos não fazem controle do gasto.

O especialista em finanças Guilherme Grillo, explica que isso pode acontecer por uma junção de fatores, dentre eles a falta de conhecimento financeiro. “Acredito que seja uma junção de fatores - na qual falta de conhecimento financeiro e também a falta de inteligência emocional para lidar com o dinheiro são os principais. Posso destacar também que hoje o jovem quer “tudo agora, sem pensar” - e, então, esse impulso de querer o prazer imediato sem ter o certo conhecimento sobre educação financeira faz com que o jovem brasileiro fique endividado.” explica.

Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/santarem-regiao/noticia/2022/11/18/educacao-financeira-numero-de-jovens-inadimplentes-no-brasil-e-preocupante.ghtml>. Acesso em 18 mar.2025.

PROPOSTA DE REDAÇÃO: Imagine que você seja diretor de um colégio que, preocupado com a situação financeira da comunidade escolar, decida promover uma **CAMPANHA EDUCATIVA** que: 1) conceitue o tema “Inadimplência”; 2) apresente dados da pesquisa acima para ilustrar o tema; 3) apresente noções de educação financeira; 4) advirta a respeito dos desgastes a que estão sujeitos os inadimplentes; 5) incentive a comunidade escolar, sobretudo os alunos, a evitar a inadimplência. Essa campanha será divulgada no site do colégio.

O que é Campanha?

Campanha são os esforços de uma coletividade em direção a um determinado objetivo. É um gênero textual de caráter sócio-reivindicatório, do tipo injuntivo – ao final de uma campanha, há um pedido, um incentivo à coletividade para agir, doar, cooperar etc.

Como fazer? Não há uma estrutura fixa a ser seguida. A redação da campanha é maleável e, muitas vezes, utiliza-se também de textos não verbais; é escrita na 3ª pessoa do singular; usa vocabulário simples, uma vez que pretende alcançar todo o tipo de leitor; o título e o subtítulo devem antecipar (o quanto possível) o objetivo e o beneficiário da campanha. Assim:

CAMPANHA ESCOLAR ANTIBULLYING REPEITO É BOM E TODO MUNDO GOSTA!

Geralmente, a divulgação de campanhas é feita nas redes sociais e, por isso, é preciso privilegiar a concisão textual, ou seja, usar o mínimo de palavras para a elaboração da campanha.

Ao final da leitura, quem tiver interesse em aderir a uma campanha educativa – por exemplo, a uma campanha em que se faça alguma advertência – deve ter as seguintes informações, consideradas as peculiaridades de cada situação:

- ✓ quem promove: pessoas físicas, igrejas, escolas, associações de amigos etc.;
- ✓ a quem se destina: estudantes; população idosa; comunidade em geral; profissionais da saúde etc.;
- ✓ qual o objetivo da campanha: incentivar pessoas a fazer ou deixar de fazer determinada coisa, a fim de proteger a integridade de pessoas e animais; promover a conservação de espaços públicos e privados etc., minimizar, combater ou eliminar riscos de incêndio, deterioração do meio ambiente etc.;
- ✓ período em que vai acontecer a campanha: por exemplo: de 20 de janeiro a 12 de fevereiro; campanha nacional ininterrupta;
- ✓ convite para que a coletividade se engaje e divulgue a campanha;
- ✓ iniciativas para efetivar/agilizar os resultados esperados pela campanha;
- ✓ advertência explícita, a fim de que situações de perigo sejam denunciadas;
- ✓ canal/locais de recebimento das denúncias;
- ✓ outros detalhes que a situação sugerir/exigir.