

TEXTO 1

Os carros de som fazem parte da cultura popular por todo o Brasil e, ano após ano, se multiplicam os profissionais desse ramo. Existem centenas de carros de som espalhados por todos os bairros de Manaus, fazendo os mais variados tipos de serviços de publicidade, atingindo de forma mais rápida e precisa o público-alvo.

O locutor Maciel Neto, há mais de 30 anos nessa atividade, revelou que a maior vantagem desse meio de comunicação é atingir diretamente o público local, ou seja, a comunidade. Segundo ele, “às vezes o empresário quer investir em propaganda na televisão, pois várias pessoas irão ver, mas aquele público-alvo dele no bairro acaba não vendo. O carro de som já vai atingir diretamente a comunidade, sem falar que é mais barato”.

Para o empresário Gildo Maringá, o serviço de carro de som é unânime e imprescindível para os seus negócios há mais de dez anos. “A propaganda, como diz o ditado, é a alma do negócio. Anunciamos por meio do carro de som, ao longo dos últimos anos, e realmente tem um retorno incrível. A gente vê a diferença no final de semana em que fazemos a propaganda, se comparado ao final de semana em que não fazemos”, explica.

(Joandres Xavier. *Anúncio em carro de som é eficaz para atingir público-alvo em bairros*. <https://d.emtempo.com.br>, 13.09.2018. Adaptado)

TEXTO 2

Um avião de pequeno porte tem feito sobrevoos fazendo a publicidade de um parque de diversões. A aeronave possui um sistema de alto-falantes que anuncia a presença da atração na cidade, o local, o preço do ingresso e outras informações.

“Pensei que fosse um caminhãozinho passando na rua de trás de casa, porque o som era muito próximo, mas quando vi lá estava esse avião no céu”, declara a dona de casa Maria Cecília Campos Borelli. Já a operadora de telemarketing Solange Garcia destaca que a peça sonora “tem uma cornetinha que gruda na cabeça de quem ouve”.

Um empresário, que não quis se identificar, faz um questionamento: “se eu colocar um *banner* na frente do meu estabelecimento sou multado por causa da lei da Cidade Limpa, que cuida dos anúncios publicitários na cidade. Então, penso que deveria haver a lei da Cidade Silenciosa, não? Mas, não há dúvida: é uma propaganda super eficaz, é espetacular. Eu mesmo faria se soubesse que não incomoda as pessoas”, afirma.

(Marcelo Rocha. *Propaganda sonora com uso de avião é questionada*. www.gazetadepiracicaba.com.br, 03.02.2017. Adaptado)

TEXTO 3

Ultimamente, vem se tornando insuportável o problema da poluição sonora nas cidades – com som automotivo em volume ensurdecedor, alarmes, buzina, escapamentos – em completo desrespeito às leis de trânsito, além do irritante ruído que nos impõe a propaganda feita por carros de som cujos proprietários julgam que o espaço público lhes pertence e pode ser utilizado da forma que bem entenderem, sem noção do prejuízo que estão causando, tornando o ambiente poluído, desagradável e estressante.

Estudos comprovam que tais ruídos provocam problemas sérios de distúrbios físicos e mentais, além de perturbação à segurança das pessoas em grave ofensa ao interesse coletivo, ao sossego público, ao meio ambiente e à qualidade de vida. Dependendo da intensidade, os ruídos causam desde desatenção e perturbação com relação a trânsito e acidentes de trabalho ou até mesmo estresse, distúrbios físicos, mentais e psicológicos, insônia, problemas auditivos e até surdez.

Como impedimento a tal prática, há o artigo 54 da Lei de Crimes Ambientais que prevê reclusão ou detenção a quem “causar poluição de qualquer natureza em níveis tais que resultem ou possam resultar em danos à saúde humana”. Algumas cidades já regulamentaram, por meio de leis municipais, o problema da propaganda sonora, porém, outras, não. Cabe à população uma postura de alerta e fiscalização, mesmo que seja boicotando o produto ou o serviço oferecido em defesa de sua integridade física e mental.

(J. Guilherme Pretel. *Som alto e cidadania*. www.oabsp.org.br. Adaptado)

Com base nos textos apresentados e em seus próprios conhecimentos, escreva um *artigo de opinião*, empregando a norma-padrão da língua portuguesa, sobre o tema:

PUBLICIDADE FEITA POR ALTO-FALANTES EM VEÍCULOS: ENTRE OS BENEFÍCIOS PARA OS COMERCIANTES E OS DANOS CAUSADOS ÀS PESSOAS