

The Price of a Bargain — Exercícios de leitura

11.º Ano

Inglês

4 páginas

12 exercícios

Antes de ler — foco na estratégia

Texto argumentativo com dois lados: · cada parágrafo avança um passo do argumento (*Yet...* · *However...*) · as citações (Sofia) e as estatísticas funcionam como prova · as perguntas de *atitude* pedem-te para decidir de que lado está o autor — procura quem ele deixa responder à crítica.

Texto — lê com atenção

The Price of a Bargain

Every November, millions of shoppers wake up early to hunt for discounts. Black Friday, originally an American tradition, is now a global event, and influencers advertise the offers to their followers hours before the shops open. For many young people, buying has become a form of entertainment. "It feels like a game," says Sofia, 17. "You win when you get the cheapest price."

Yet the low price often hides a higher cost. Most of the clothes sold in these sales are produced in factories where workers are paid very little, and the materials end up in landfill after a few months. A recent study found that the average European buys twenty-six kilos of clothing a year but wears only a third of it regularly. In other words, we are not buying things we need; we are buying the feeling of a bargain.

Advertising plays a central role in this. Influencers are paid to make products look essential, and social media turns consumption into a way of belonging. "If everyone in your class has the new model, not having it feels like being left out," Sofia admits. Critics argue that this pressure is deliberately created: the more insecure consumers feel, the more they spend.

However, not everyone accepts this. Consumer associations in several countries have demanded clearer labelling and longer guarantees, and some young activists have started "no-buy" challenges, in which they avoid unnecessary purchases for a month. Their message is simple: the most effective way to reduce waste is not to recycle more, but to buy less.

Exercícios

1. Género e estrutura: que tipo de texto é? ____ — indica dois elementos que o provam: ____ · ____

2. Ideia geral: qual é a mensagem principal? a) o Black Friday é uma tradição portuguesa b) as compras baratas escondem custos sociais e ambientais e a melhor solução é comprar menos c) os influencers devem ser proibidos por lei → ____

3. Scanning (dados): a) quanto vestuário compra o europeu médio por ano? ____ b) quanto usa com regularidade? ____ c) de que país vem, originalmente, o Black Friday? ____

4. Vocabulário no contexto: a) "hides a higher cost" → *hides* = ____ b) "end up in landfill" → *landfill* = ____ c) "feels like being left out" = ____

5. Referência: a) "Their message is simple" → *Their* = ____ b) "this pressure is deliberately created" → *this pressure* = ____

6. V/F + corrige os falsos: a) O Black Friday começou como tradição europeia → ____ b) Os influencers são pagos para fazer os produtos parecer essenciais → ____ c) O europeu médio usa regularmente a maior parte da roupa que compra → ____ d) Os jovens ativistas defendem que reciclar mais é a melhor solução → ____

7. Quem diz ou faz o quê? liga: 1. participa nos desafios "no-buy" · 2. exige rotulagem mais clara e garantias maiores · 3. diz que comprar parece "um jogo" → a) Sofia- ____ b) associações de consumidores- ____ c) jovens ativistas- ____

8. Coesão: a) "Yet the low price often hides..." → *Yet* introduz ____ b) "In other words" serve para ____ c) "However, not everyone accepts this." → *However* introduz ____

9. Inferência e atitude: a) porque é que o autor cita a Sofia *duas* vezes? ____ b) o autor apoia a mensagem dos ativistas? indica a frase que o prova: ____

10. Dado ou tese? a) "the average European buys twenty-six kilos of clothing a year" → ____ b) "the most effective way to reduce waste is not to recycle more, but to buy less" → ____

11. Títulos dos parágrafos: liga cada parágrafo ao título: a) par. 1 · b) par. 2 · c) par. 3 · d) par. 4 → 1. Uma pressão criada de propósito · 2. Comprar menos, não reciclar mais · 3. As compras como entretenimento · 4. O custo escondido → a-____ b-____ c-____ d-____

12. Produção: escreve 4-5 frases: concorda que comprar se tornou "um jogo"? Usa *because* (causa), *although* (concessão) e pelo menos um conector de contraste (*however* / *on the other hand*).

Dica: nas perguntas de atitude, repara em *quem responde à crítica*. Se o último parágrafo dá a palavra aos ativistas e o texto fecha com a tese deles, o autor está do lado deles.

Soluções — The Price of a Bargain

1. **Artigo de revista (artigo de opinião/informativo com dois lados)** · provas: as **citações** de uma consumidora real (Sofia, 17) e os **dados/estatísticas** de um estudo recente.
2. **b)** — o texto mostra que o preço baixo esconde custos sociais e ambientais e fecha defendendo que a solução é comprar menos.
3. a) **twenty-six kilos** b) **a third (um terço)** c) dos **Estados Unidos** (tradição americana).
4. a) **esconde** b) **aterro** c) **ficar de fora / sentir-se excluído**.
5. a) **os jovens ativistas** (no-buy challenges) b) **a pressão para comprar o que todos têm** — criada pela publicidade e pelas redes sociais.
6. a) **F** — correção: é uma tradição **americana** b) **V** c) **F** — correção: usa apenas **um terço** com regularidade d) **F** — correção: defendem **comprar menos**, não reciclar mais.
7. a) Sofia-3 · b) associações de consumidores-2 · c) jovens ativistas-1.
8. a) **contraste** — o preço baixo parece bom, mas há um custo escondido b) **reformular** a ideia anterior com outras palavras ("não compramos o que precisamos, compramos a sensação de uma pechincha") c) **contraste** — introduz a voz de quem discorda.
9. a) Porque Sofia é uma **consumidora jovem real, como o leitor**: primeiro dá a voz às suas razões ("it feels like a game") e depois mostra como ela própria reconhece a pressão ("not having it feels like being left out") — **a mesma pessoa ilustra o problema e a sua crítica** b) **Sim**. Prova: o texto termina com a tese dos ativistas — "the most effective way to reduce waste is not to recycle more, but to buy less" — sem a contradizer.
10. a) **dado/estatística** de um estudo recente (verificável) b) **tese/opinião** — conclusão valorativa sobre a melhor forma de reduzir resíduos.
11. a-3 (as compras como entretenimento) · b-4 (o custo escondido) · c-1 (pressão criada de propósito) · d-2 (comprar menos, não reciclar mais).
12. (modelo) *For many young people, shopping has become a game, because shops and influencers turn every sale into an event. Although it can be fun to find a bargain, the low price often hides a serious cost: the clothes are made in factories with very low wages and end up in landfill after a few months. However, buying less is easier said than done, since everyone wants to belong. On the other hand, small changes — such as joining a "no-buy" month — can help us spend less and waste less.*