

REDAÇÃO: EXPECTATIVAS DA BANCA PARA A PROVA DE 2005

1) Apresentação – A coletânea da prova de 2005 é apresentada por um texto que fornece ao candidato a perspectiva de que o rádio permanece um veículo indispensável no cotidiano das pessoas e não se tornou um meio de difusão ultrapassado em virtude das novas tecnologias, como se poderia supor. Com esta apresentação, a banca examinadora pretende sinalizar a complexidade do tema e evitar simplificações, tais como a redução do rádio a um objeto obsoleto, a um instrumento apenas de manipulação ideológica ou mercadológica, a um veículo empregado com finalidades restritas, dentre outras.

2) Coletânea – Assim como na prova do ano passado, o conjunto de excertos que compõe a coletânea da prova 2005 serve de subsídio para as três propostas de redação, não havendo excertos exclusivos para qualquer das três propostas. A coletânea tem por objetivo desencadear a reflexão do candidato sobre o tema. Espera-se que o candidato articule sua experiência prévia de vida, de leitura e de reflexão com a leitura momentânea que faz da coletânea.

A banca elaboradora reitera que a coletânea não é pensada como um roteiro interpretativo, mas como um conjunto de possibilidades diversas de abordagem da própria complexidade do tema, com o qual, supõe-se, o candidato já tenha algum contato. Além disso, a coletânea não define uma hierarquia entre os excertos, que podem ser aproveitados de diferentes maneiras, conforme o modo de cada candidato mobilizar seu trabalho de leitura e escrita, em função de seu projeto de texto.

Seguindo a tradição do vestibular da Unicamp, os excertos são de natureza diversa. Há abordagens conceituais, históricas, literárias, contendo elaborações subjetivas em torno do tema, e outras ainda de teor descritivo, apresentando casos concretos da presença do rádio.

Proposta A – Dissertação

Em função do recorte temático da proposta A, espera-se que o candidato trabalhe a sua dissertação de modo a explorar a capacidade de adaptação do rádio, até os dias de hoje, como um importante meio de informação, divulgação, entretenimento e contato.

O candidato poderá explorar as diferentes formas radiofônicas de transmissão e recepção ao longo da história e deverá, necessariamente, mostrar as possibilidades atuais desse meio de difusão, de modo a destacar sua permanente reconfiguração.

O rádio deverá ser abordado em termos da multiplicidade de formas com que ele se faz presente na sociedade, ressaltando-se sua capacidade de superar distâncias, manifesta desde o início de sua história.

Espera-se que o candidato apresente considerações pertinentes sobre os diferentes usos do rádio e não se limite a fornecer uma listagem de tipos de programas, modelos de aparelhos ou lugares em que ele pode ser encontrado.

Proposta B – Narração

Em função do recorte temático da proposta B, espera-se que o candidato trabalhe sua narrativa de maneira a demonstrar que o rádio permite a construção de sentidos essenciais para a vida das pessoas, nas mais diversas situações. Esse processo produz uma identificação entre o rádio e o ouvinte, a ponto de interferir nos hábitos deste.

O candidato deverá explorar, pelo menos, uma situação em que o rádio se faz presente e demonstrar sua importância decisiva para o(s) ouvinte(s). Para tanto, ele poderá aproveitar uma das situações sugeridas no recorte temático ou referir-se a outra(s).

A situação narrada deve apresentar o momento e as causas que tornaram essa relação essencial.

A narrativa poderá ser construída em primeira ou terceira pessoa. Espera-se que o candidato, além de optar por um dos focos narrativos e mantê-lo adequadamente, saiba demonstrar a relevância de sua escolha.

Proposta C – Carta

Em função do recorte temático da proposta C, espera-se que o candidato, ao conceber um programa de rádio, leve em conta o público ao qual este se destina, considerando que as emissoras definem sua grade de programação em função da audiência. A segmentação produzida do público ouvinte reitera uma gama de interesses variados, segundo gosto, idade, gênero, crença, perfil econômico, região, dentre outras. A argumentação do candidato em favor da retirada do programa depende fundamentalmente da análise dessa correlação entre o programa e o público.

O candidato deverá, necessariamente, escolher um programa de rádio (existente ou não) a ser retirado do ar, identificando um interlocutor que possa interferir nessa decisão, favoravelmente ou não.

Espera-se que o candidato justifique a retirada desse programa, levando em conta o posicionamento do interlocutor. Caso o candidato decida dirigir sua carta a um interlocutor que tenha uma visão contrária à sua, deverá considerar também tais opiniões em seu jogo argumentativo.