

# 1ª FASE

## APRESENTAÇÃO DA COLETÂNEA

O rádio demonstra constantemente sua condição de veículo indispensável no cotidiano das pessoas, ao contrário do que muitos podem pensar, quando o consideram um meio de difusão ultrapassado. Desde sua invenção, na passagem para o século XX, época em que era conhecido como “telégrafo sem fio”, o papel que exerce na sociedade vem se reafirmando. Nem o advento da televisão, nem o da Internet, determinou o seu fim. Por isso, o rádio é um objeto de reflexão instigante.

## COLETÂNEA

1. A primeira transmissão de rádio realizada no Brasil ocorreu no dia 07 de setembro de 1922, na cerimônia de abertura do Centenário da Independência, na Esplanada do Castelo. Foi um grande acontecimento. O público ouviu o pronunciamento do presidente da República, Epitácio Pessoa, a ópera O Guarani, de Carlos Gomes, transmitida diretamente do Teatro Municipal, além de conferências e diversas atrações. Muitas pessoas ficaram impressionadas, pensando que se tratava de algo sobrenatural. (...) Os primeiros a utilizar o rádio na publicidade foram grandes empresas, como Philips, Gessy e Bayer, que patrocinavam programas de auditório e radionovelas. Na política, o rádio também exerceu enorme influência: a propaganda eleitoral, pronunciamentos do presidente e a Hora do Brasil faziam parte da programação e alcançavam milhares de ouvintes. A partir de 1939, com o início da Segunda Guerra Mundial, o rádio se transformou em um importante veículo para difundir fatos diários e notícias do front. Surgia o radiojornalismo, sendo o Repórter Esso marco dessa época.

(Adaptado de “Rádio no Brasil”, em [www.sunrise.com.br/amoradio](http://www.sunrise.com.br/amoradio), 29 de agosto de 2004).

2. Ligada à política de integração nacional do governo Getúlio Vargas, em 1935 era criada a Hora do Brasil, programa obrigatório de notícias oficiais. O programa existe até hoje, de segunda a sexta-feira, com o nome de A Voz do Brasil. A partir dos anos 90, sua obrigatoriedade tem sido contestada por várias emissoras e algumas têm conseguido, por medidas judiciais, não transmiti-lo ou, ao menos, não no horário das 19h00 às 20h00.

(Adaptado de Gisela Swetlana Ortriwano, “Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história”, Revista USP, n. 56, dez.jan.fev. 2002/2003, p. 71).

### 3. Ao Pequeno Aparelho de Rádio

Você, pequena caixa que trouxe comigo  
Cuidando que suas válvulas não quebrassem  
Ao correr do barco ao trem, do trem ao abrigo  
Para ouvir o que meus inimigos falassem  
Junto a meu leito, para minha dor atroz  
No fim da noite, de manhã bem cedo,  
Lembrando as suas vitórias e o medo:  
Prometa jamais perder a voz!

(1938-1941)

(Bertold Brecht, Poemas 1913-1956. Seleção e tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Ed. 34, 2000, p. 272).

4. Eu ouvia o rádio com avidez de quem gosta muito dele. Outras pessoas ouviam-no comigo. Mas ... quem ouvia a minha rádio? Ainda não tinha sido inventado o transistor, essa maravilha da tecnologia que em certo sentido revitalizou a vida do rádio depois do advento da televisão. Rádio a pilha ainda não existia. Só os de imensas e custosas baterias ou então os que eram movidos a geradores acoplados, ou mesmo movidos a acumuladores de autos em geral.

(Flávio Araújo, O rádio, o futebol e a vida. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001, p. 37)

5. A Internet como meio de comunicação prevê a coexistência e complementaridade de diversas mídias. O rádio da Internet já nasce buscando em outros meios recursos que possam ser agregados à mensagem radiofônica. Isso significa a possibilidade de criação de produtos radiofônicos numa seqüência particular para cada ouvinte, inclusive com a opção de suprimir trechos ou escolher entre dois enfoques de interesse. Essa possibilidade oferecida pela Internet atua fortemente sobre o rádio e sobre uma de suas principais características como meio de comunicação: a instantaneidade. Em relação ainda ao público, a capacidade de agregar audiências de regiões antes inacessíveis possibilita a existência e sobrevivência de projetos voltados a determinados segmentos de público, que podem ser pequenos localmente mas não globalmente.

*(Adaptado de Lígia Maria Trigo-de-Souza, "Rádios.internet.br: o rádio que caiu na rede...", Revista USP, n. 56, dez.jan. fev. 2002/2003, p. 94-5).*

## 6. Rumo Oeste

O rádio no carro canta pelas cidades.  
Já sei onde está a melhor garapa  
de Araras, o melhor algodão em Leme.  
Em Pirassununga o hábito do Ângelus  
ainda veste de santa qualquer tarde.  
O locutor e seu melhor emplastro  
para curar no peito aquela velha aflição.  
Todas as rádios abrem para o mundo  
o coração do largo e um recado de Ester:  
esta canção vai para W.J.  
que ainda não esqueci.  
O céu de todas as rádios  
se estende para a capital:  
o que se dança  
em New York direto para São Simão.  
Para você, Lucinha, mexer o que Deus lhe deu.  
A velha teia das cidades  
enleia agora as estrelas.  
ao som da sétima badalada  
do coração da Matriz  
desligue o rádio! e respire  
de passagem tudo o que fica:  
são ondas soltas no ar.

*(Alcides Villaça, Viagem de Trem. São Paulo: Duas Cidades, 1988, p. 80).*

7. Para aqueles que pensam em mídia globalizada no Brasil, basta uma viagem exploratória pelas cidades de interior para perceber que a história não é bem assim. Existem lugares em que as pessoas ainda se comunicam com recados afixados em árvores da Praça Central. Não acredita? Pois o maior grupo de cutelaria do Brasil escolheu o rádio como forma de alcançar seu público alvo. O objetivo é divulgar a marca de ferramentas e equipamentos, cuja distribuição é pulverizada em milhares de pequenos pontos-de-venda e cooperativas, através de programações especiais.

*(Adaptado de "Ao pé do rádio", Revista Grandes Idéias de Marketing, n. 46, junho de 2000).*

8. Navegando pelo site [www.radiolivre.org](http://www.radiolivre.org) encontramos informações sobre duas novas rádios:

"Estão abertas as inscrições para a rádio Interferência. O prazo vai até 20 de agosto. A rádio interferência é um coletivo horizontal e heterogêneo que busca possibilitar a comunicação de uma forma aberta, sem controle ou reivindicações. É uma rádio livre. Um espaço onde não há patrulhas estéticas ou ideológicas. Um lugar onde todos os discursos podem existir. É uma forma diferente de ver o mundo e que tenta ser alternativa aos grandes meios de comunicação e às tentativas de se construir um discurso contra-hegemônico baseadas no pensamento único e na representação. Um grupo onde todos têm autonomia, mas onde, ao mesmo tempo, há uma construção coletiva". (17 de agosto de 2004).

"Rádio Uhmhhh... Agora pode ser conectada em grande parte da área central de Porto Alegre, na frequência 105,7 FM, a mais nova rádio livre da cidade. Informando, debatendo, confundindo e questionando pelas ondas de rádio. Ainda em fase experimental, a rádio Uhmhhh... é tocada no maior amadorismo, mas com muita paixão e convicção de que o acesso a informações diferenciadas realmente faz a diferença". (6 de junho de 2004).

9. As manifestações da presença do rádio como elemento de construção da história individual se dão de diversas maneiras.

Vinculações são estabelecidas através de identificações com tipos de programas em que estão presentes o musical, o jornalístico, a publicidade. Da escuta radiofônica guardam-se recordações que acabam sendo recriadas, repetidas, reconfiguradas com o passar dos anos.

*(Adaptado de Graziela Soares Bianchi, "A participação do rádio nas construções e sentidos do rural vivido e midiaticizado", em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), 15 de agosto de 2004).*



# Redação – Proposta A

Trabalhe sua dissertação a partir do seguinte recorte temático:

A permanente reconfiguração do rádio, com suas mudanças na forma de transmissão e de recepção, mostra-nos a força desse meio de informação, divulgação, entretenimento e contato.

## Instruções:

- Discuta o rádio como meio de difusão e aproximação;
- Argumente no sentido de demonstrar sua atualidade;
- Explore argumentos que destaquem as várias formas de sua presença na sociedade.

## COMENTÁRIO

De acordo com o recorte temático da proposta A, é nítido que a banca da UNICAMP pretende romper o paradigma de que o rádio é um meio de comunicação do passado, que foi substituído pela TV e pela Internet, por exemplo. A segunda e a terceira instrução da proposta deixam claro que o candidato deve defender a atualidade do rádio e argumentar, demonstrando que ele ainda está presente no cotidiano das pessoas. Deve-se observar, assim, que a tese a ser defendida na redação já foi predeterminada na proposta e o que fica a cargo do candidato é elaborar uma argumentação consistente que prove a validade dessa tese.

Apesar disso, o texto não se deve iniciar já na argumentação. O candidato deve re-elaborar a tese e reapresentá-la na introdução, de modo que um leitor, mesmo que não conheça a proposta, consiga visualizar o objetivo do texto. Esse cuidado vai garantir, também, a composição de um texto coerente e bem estruturado.

Como a utilização da coletânea é obrigatória em propostas da UNICAMP, o candidato deve lançar mão de informações nela expostas que permitam provar a validade da tese. Nada impede que ele também use seu conhecimento de mundo e suas experiências para tornar sua argumentação ainda mais consistente.

Para atender ao que se solicita na instrução 1, o candidato pode expor e desenvolver as seguintes ideias:

- o rádio foi o primeiro meio de comunicação de massa que permitiu a difusão instantânea de informações e ideologias, de modo que pode ser considerado o precursor de outras mídias, como a TV e a Internet (fragmento 1);
- o rádio, ao contrário da TV e da Internet que só muito recentemente se tornaram portáteis, pode ser levado a todos os lugares, desde a invenção do transistor e do rádio a pilha (fragmento 4);
- o rádio ainda é a principal fonte de informação, de comunicação e de entretenimento para muitas pessoas que vivem em lugares isolados no interior e têm acesso restrito a outras mídias (fragmento 7);
- o rádio difunde tendências e aproxima as pessoas, fazendo-as identificarem-se umas com as outras ao elegerem, por exemplo, um estilo musical em comum (fragmento 9);
- o rádio, em lugares isolados, muitas vezes substitui o telefone, a internet, pois permite a comunicação entre as pessoas, muitas vezes em tempo real;
- o rádio permite que as pessoas informem-se, comuniquem-se e divirtam-se, enquanto realizam outras atividades cotidianas, como trabalhar, dirigir, cozinhar etc.;
- as rádios comunitárias permitem hoje que membros de determinada comunidade organizem-se e atuem com o objetivo de debater e solucionar problemas, de modo a melhorar sua qualidade de vida.

Para demonstrar a atualidade do rádio, conforme solicita a segunda orientação da proposta, podem-se apresentar e desenvolver algumas das seguintes ideias:

- o rádio remodelou-se, através dos tempos, tornando-se um aparelho cada vez mais compacto, que pode ser levado a qualquer lugar (fragmento 4);
- o rádio incorporou-se a outros meios de comunicação e hoje pode ser ouvido via telefone celular ou via internet (fragmento 8);
- o rádio, na atualidade, é, em muitos casos, interativo, ou seja, os ouvintes participam e alteram sua programação (fragmento 5);

- o rádio, em grandes centros urbanos afetados por graves problemas de tráfego, permite que parte do tempo dos cidadãos, perdido em longos e demorados congestionamentos, seja aproveitada.

O candidato deve observar, ainda, que a terceira instrução da proposta sinaliza o uso de uma estratégia argumentativa específica: a exemplificação. Os exemplos podem ser apresentados de forma mais genérica ou mais específica, mas é imprescindível que façam parte da composição do texto.

Vale acrescentar, ainda, que as ideias devem ser apresentadas e desenvolvidas coerentemente, de modo que o leitor consiga visualizar a linha de raciocínio que guia o texto. Como se trata de uma dissertação, o texto deve ter uma linguagem predominantemente denotativa e em conformidade com o padrão culto e linguagem.



## Redação – Proposta B

Trabalhe sua narrativa a partir do seguinte recorte temático:

Ouvir rádio é uma prática comum na sociedade moderna. O rádio é um veículo que atinge o ouvinte em muitas situações: o radinho na cozinha que acompanha as refeições, o rádio no ônibus, no campo de futebol, no carro, na lanchonete, o rádio-relógio no quarto de dormir, o walkman na caminhada, o rádio na Internet. O rádio é o companheiro de toda hora.

Instruções:

- Imagine a história de um(a) ouvinte para quem o rádio é essencial;
- Narre as circunstâncias em que o rádio se tornou importante na vida desse(a) personagem;
- Construa sua narrativa em primeira ou em terceira pessoa.

### COMENTÁRIO

Para atender ao que solicita a proposta B e de acordo com a primeira instrução, o candidato deveria narrar uma história, para cujo protagonista o rádio fosse essencial. Deve-se observar que tal proposta requer que o candidato trate adequadamente o tempo na narrativa, delimitando passado e presente e articulando-os a partir de uma relação de causa-consequência, já que, conforme a segunda instrução, ele deve narrar as circunstâncias em que o rádio tenha adquirido tal importância para o personagem. O candidato deve atender, também, à exigência de que se usem trechos da coletânea na narrativa. Desde que obedecesse a essas exigências, estaria livre para usar sua inventividade e criar uma narrativa que fosse envolvente, interessante para o leitor.

O primeiro cuidado a ser tomado é na determinação do perfil do protagonista, em cuja vida o rádio precisa ser imprescindível. Nesse sentido, é possível imaginar:

- alguém que viva em um lugar isolado em que outras mídias não sejam acessíveis a todos;
- alguém que desempenhe uma atividade profissional que impeça, pelo menos parcialmente, o acesso a informações e entretenimento de outros meios de comunicação;
- alguém que dependa do rádio para ser bem-sucedido em suas atividades profissionais;
- alguém que, sendo organizador ou ouvinte de uma rádio comunitária, consiga resolver problemas de certa coletividade, melhorando a vida das pessoas;
- alguém que, por meio do rádio, tenha tido acesso a uma informação que modificou ou mesmo salvou sua vida ou a de um ente querido, desenvolvendo, daí, uma relação afetiva com esse meio de comunicação etc.

Essas são algumas possibilidades, mas o candidato poderia imaginar outros perfis, embora não pudesse, em hipótese alguma, esquecer-se de que o rádio deve ser essencial na vida do protagonista.

Dependendo do perfil escolhido para esse personagem, o candidato poderia justificar a importância do rádio na vida dele de diferentes formas. Deve atentar-se, entretanto, para a necessidade de que tal justificativa configure-se em um tempo passado. Nesse sentido, o candidato poderia tanto obedecer a cronologia dos fatos, quanto invertê-la, iniciando a narrativa do presente e justificando a essencialidade do rádio por meio de remissões ao passado – flash backs. Essa pode ser uma boa estratégia para prender a atenção do leitor, já que permite que se crie certo suspense.

De acordo com a terceira instrução, o candidato poderia optar por narrar em 1ª ou em 3ª pessoa. É interessante que tal escolha seja consciente e que cumpra uma função no texto. A escolha do foco narrativo em 1ª pessoa, por exemplo, permitiria que se explorasse o íntimo do personagem, explicitando seus desejos, medos, hesitações. Nesse caso, o uso do monólogo interior e/ou fluxo de consciência poderia configurar-se como uma boa estratégia para tornar o texto mais criativo. Caso se optasse por narrador de 3ª pessoa, seria possível enfocar a história de modo mais distanciado e apresentar opiniões sobre os fatos narrados e críticas às posturas de personagens e às situações por eles vivenciadas.

O candidato deve cuidar, ainda, da coerência interna e encadear bem a sucessão de fatos, de modo a construir um texto bem articulado. Por se tratar de uma narração, a linguagem conotativa pode prevalecer. Entretanto, deve estar em acordo com as regras da língua culta, a menos que as transgressões sejam essenciais para configurar o perfil de determinado personagem.

## Redação – Proposta C

Trabalhe sua carta a partir do seguinte recorte temático:

Atendendo aos vários segmentos do público em diferentes horários, as emissoras de rádio definem sua programação em torno de um leque variado de opções: programas de música, esportes, informação, religião, etc. Programas que um dia fizeram muito sucesso já não existem mais, como a rádio-novela e os programas de auditório.

### Instruções:

- Imagine um programa de rádio que, em sua opinião, deva sair do ar.
- Argumente pela retirada desse programa da grade de programação.
- Dirija a carta a um interlocutor que possa interferir nessa decisão.

### COMENTÁRIO

Essa proposta apresenta uma situação de interlocução bem definida. O candidato deve redigir uma carta que se configure como uma reivindicação para que determinado programa deixe de ser veiculado por certa emissora de rádio. A carta deve ser dirigida, pois, a um interlocutor que possa atuar no sentido de atender à solicitação do ouvinte.

Os perfis tanto de quem escreve quanto de quem recebe a carta devem ser bem definidos, para que o texto distancie-se da dissertação e configure-se como uma situação de interlocução real. Para escolher o interlocutor, o candidato poderia lançar mão de informações que constam da coletânea. Poderia, também, dirigir-se a um interlocutor real, que fosse responsável por uma emissora ou por um programa que é de fato transmitido. Para definir o perfil de quem escreve a carta, o candidato deve imaginar, preferencialmente, um ouvinte de rádio que se sinta incomodado com certo programa ou agredido pelo conteúdo veiculado. Quanto mais verossímeis forem esses perfis, mais apropriado ficará o texto em relação ao que foi solicitado.

Outra etapa importante para elaboração desse texto é a apresentação do programa alvo de críticas. Novamente, nada impede que o candidato apresente e questione um programa real, assim como não há empecilhos para que tal programa seja apenas ficcional. Obrigatório é que o leitor consiga ter noção exata das características do programa escolhido, já que a consistência da argumentação depende em grande parte dessa apresentação.

Na argumentação, o candidato deve apresentar motivos consistentes que coloquem em questão a validade do programa escolhido. Tais motivos devem ultrapassar o âmbito meramente individual, ou seja, deve-se mostrar por que o programa traz prejuízos para os ouvintes em geral. Nesse sentido, é possível imaginar diversas situações. O programa poderia, por exemplo:

- veicular conteúdo imoral ou antiético;
- disseminar a violência e/ou o pânico;
- valorizar situações em que as pessoas são humilhadas e/ou fisicamente agredidas;
- divulgar informações inverídicas e/ou irresponsáveis que causassem transtornos para os ouvintes etc.

Antes de finalizar o texto, o candidato deve evidenciar sua reivindicação para que o programa escolhido seja retirado ar, de modo a cumprir, com objetividade, o que é solicitado na primeira instrução da proposta.

Vale observar, ainda, que o texto deve ter a estrutura formal de uma carta com local, data e vocativo, adequados à situação de interlocução escolhida. O texto argumentativo deve conter a apresentação:

- de quem escreve a carta;
- do programa que deve ser retirado do ar;
- de argumentos que justifiquem a solicitação de quem escreve; e
- da reivindicação explícita para que o programa escolhido deixe de ser veiculado.

A carta deve ser finalizada com a despedida cordial e o candidato deve lembrar que, de acordo com a proposta, ele deve usar apenas iniciais na assinatura.