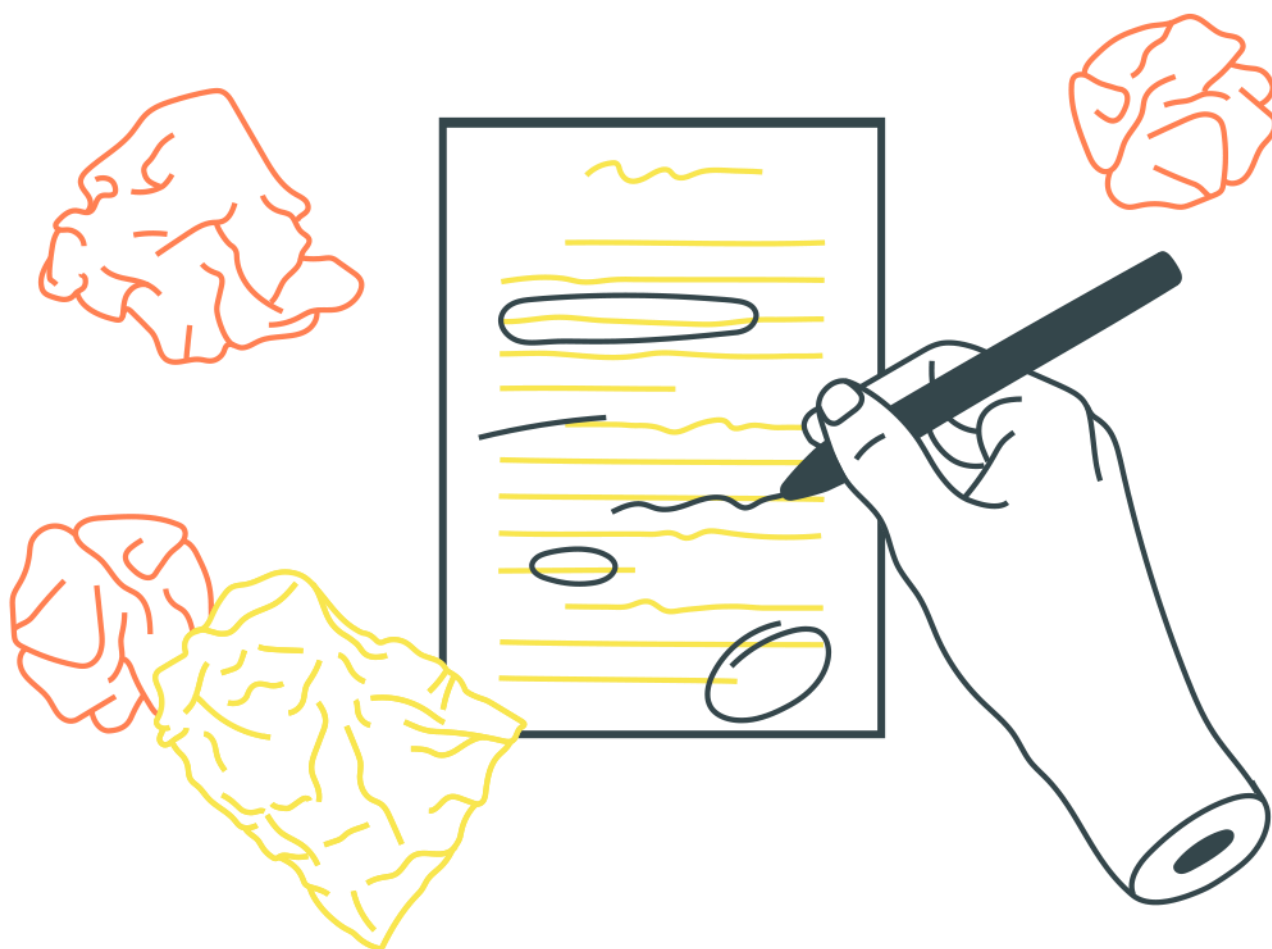


# *Lendo a Proposta de Redação*



## Lendo a Proposta de Redação

### Lendo a proposta de redação

#### Sobre a compreensão do tema



A coletânea:



Ajuda a compreender melhor o tema, uma vez que os textos (verbais ou não-verbais) abordam diretamente o tema sobre o qual se deve tratar.

Ajuda a coletar argumentos sobre o tema: por mais que você não esteja muito interessado sobre o assunto, você pode aprender algo sobre ele com os textos de apoio e usar esse repertório na hora.

Duas possibilidades

1. Ler a coletânea primeiro e depois a proposta, interagindo-se aos poucos sobre o tema a ser desenvolvido no seu texto;

2. Ler a proposta primeiro e depois a coletânea, facilitando, assim, em uma primeira leitura dos textos de apoio, a busca de informações válidas para o desenvolvimento da argumentação na sua redação.

#### Sobre a compreensão da forma



A proposta



Na proposta estarão informações importantes que, se não observadas, podem levar à perda de pontos ou a uma nota zero.

Obrigação ou não de título

Número mínimo e máximo de linhas

O tipo de texto a ser desenvolvido - Unesp e Fuvest costumam pedir dissertações, mas a Unicamp pede textos de outros gêneros

## Exercício: Proposta de Redação



Aproveite o melhor que o mundo tem a oferecer com o Cartão de Crédito X.

Esta é a reprodução (aqui, sem as marcas normais dos anunciantes, que foram substituídas por X) de um anúncio publicitário real, colhido em uma revista, publicada no ano de 2012.

Como toda mensagem, esse anúncio, formado pela relação entre imagem e texto, carrega pressupostos e implicações: se o observarmos bem, veremos que ele expressa uma determinada mentalidade, projeta uma dada visão de mundo, manifesta uma certa escolha de valores e assim por diante.

Redija uma dissertação em prosa, na qual você interprete e discuta a mensagem contida nesse anúncio, considerando os aspectos mencionados no parágrafo anterior e, se quiser, também outros aspectos que julgue relevantes. Procure argumentar de modo a deixar claro seu ponto de vista sobre o assunto.

**Instruções:**

- A redação deve obedecer à norma padrão da língua portuguesa.
- Escreva, no mínimo, 20 e, no máximo, 30 linhas, com letra legível.
- Dê um título a sua redação.

## Gabarito

01 *Ar catedral de Xangai*

02 Um anúncio publicitário de cartão de crédito se abre como porta de vista a imagem de

03 um vão. O vão é o elemento comum aos seis painéis (adivinham-se seis, mas po-

04 deriam ser sete ou setenta e sete) e bem uma centena de pessoas estão debruçadas na

05 amurada; são pequenas esculturas humanas de cabelos negros, traços acentuados, que servem

06 para dar a dimensão de um enorme edifício que, na foto, só vemos por dentro. Das escadas

07 rolantes alguns chineses contemplam os painéis que se elevam sucessivamente numa

08 construção que tem características de catedral gótica, ainda que a iluminação que

09 inunda o edifício apresenta, no caso, um aspecto amarelado, baço e artificial.

10 A comparação não é arbitrária. É possível encontrar hoje literatura em que autores se

11 recurram a empregar o termo "shopping center" adotando, ao invés, "catedral de consumo".

12 O ganho teórico implicado na adoção dessa nomenclatura seria dar a entender uma

13 espécie de sacralização do consumo nos dias de hoje, o que constitui um tremendo desfavor à

14 ideia de religiosidade.

15 O nêr arquitetônico, fugindo da mania de culpar a religião por tudo, é, no entanto, bas-

16 tante interessante. Assim como as catedrais góticas o "shopping center" se configura como um

17 edifício fechado, amplo e iluminado, que diminui o indivíduo e engrandece as

18 práticas ali realizadas (nenhuma das duas construções tem o homem como escala).

19 Talvez pareça desproporcionado, mas o desenvolvimento do consumismo temo ao que temos

20 hoje está bastante relacionado com o surgimento de determinados tipos de edifícios e algumas

21 alterações no espaço urbano. O Flâneur foi a personagem símbolo da modernidade, flân-

22 do pelas ruas recém-ampliadas de Paris, observando toda a nova dinâmica da cidade. Em a

23 personagem parisiense do século XIX encontra a sua morte, como mostra Marshall Berman,

24 justamente nas galerias, quando estas se transformam em grandes lojas.

25 A existência do Flâneur hoje estaria restrita a observar vitrines em uma das tais "catedrais

26 de consumo", uma vez que não existem experiências possíveis fora delas. O maior amador

27 não é o mundo, enquanto <sup>universo</sup> ~~para~~ de possibilidades, ter se transformado em algo estritamente consu-

28 mível, mas o quanto essa nova dinâmica afeta o comportamento das <sup>novas</sup> ~~novas~~ cidades.

29 Os espaços onde o consumo acontece de maneira acirrada tem somente qualidades ~~de~~

30 nocivas: o alheamento, em um espaço fechado, em relação ao tempo "natural" e ao restante da

31 cidade, uma alienação com a qual as pessoas costumam ao entrar em um shopping center

32 e que cada uma das características da construção tem como principal objetivo agravar.

33 O maior amador no anúncio que mostra os seis painéis de um shopping é sem dúvida o

34 texto que afirma que aquilo tudo é o melhor que o mundo tem para oferecer.

Redação - FUVEST 2013

Disponível em: [http://download.uol.com.br/vestibular2/fuvest2013\\_melhores\\_redacoes/exemplo4.jpg](http://download.uol.com.br/vestibular2/fuvest2013_melhores_redacoes/exemplo4.jpg)