

Questões Específicas

1. (UNICAMP – 2014) Uma cidade como Paris, Zé Fernandes, precisa ter cortesãs de grande pompa e grande *fausto. Ora para montar em Paris, nesta tremenda carestia de Paris, uma *cocotte com os seus vestidos, os seus diamantes, os seus cavalos, os seus lacaios, os seus camarotes, as suas festas, o seu palacete (...), é necessário que se agridem umas poucas de fortunas, se forme um sindicato! Somos uns sete, no Clube. Eu pago um bocado....
(Eça de Queirós, A Cidade e as Serras. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011, p. 94.)

*cocotte: mulher de hábitos libertinos e vida luxuosa; meretriz.

*fausto: luxo.

- a) Que expressão do texto representa uma marca direta de interação do narrador com outro personagem?
- b) Uma descrição pode ter um efeito argumentativo. Que trecho descritivo do texto reforça a imagem da vida luxuosa das cortesãs na Paris da época (fim do século XIX)?

2. (UNICAMP – 2013) Leia a propaganda (adaptada) da Fundação SOS Mata Atlântica reproduzida abaixo e responda às questões propostas.



- a) Há no texto uma expressão de duplo sentido sobre a qual o apelo da propaganda é construído. Transcreva tal expressão e explique os dois sentidos que ela pode ter.
- b) Há também uma ironia no texto da propaganda, que contribui para o seu efeito reivindicativo,

expressa no enunciado: “Aproveita enquanto tem água.” Explique a ironia contida no enunciado e a maneira como ele se relaciona aos elementos visuais presentes no cartaz.

3. (UNICAMP – 2013) Millôr Fernandes foi dramaturgo, jornalista, humorista e autor de frases que se tornaram célebres. Em uma delas, lê-se:

Por quê? é filosofia. **Porque** é pretensão.

a) Explique a diferença no funcionamento linguístico da expressão “porque” indicada nas duas formas de grafá-la.

b) Explique o sentido do segundo enunciado do texto (**Porque** é pretensão), levando em consideração a forma como ele se contrapõe ao primeiro enunciado. Considere em sua resposta **apenas** o sentido atribuído à palavra **pretensão** que se encontra abaixo.

pretensão: vaidade exagerada, presunção.

4. (UNICAMP – 2012)

Há notícias que são de interesse público e há notícias que são de interesse do público. Se a celebridade “x” está saindo com o ator “y”, isso não tem nenhum interesse público. Mas, dependendo de quem sejam “x” e “y”, é de enorme interesse do público, ou de um certo público (numeroso), pelo menos.

As decisões do Banco Central para conter a inflação têm óbvio interesse público. Mas quase não despertam interesse, a não ser dos entendidos.

O jornalismo transita entre essas duas exigências, desafiado a atender às demandas de uma sociedade ao mesmo tempo massificada e segmentada, de um leitor que gravita cada vez mais apenas em torno de seus interesses particulares.

Fernando Barros e Silva, O jornalista e o assassino.

Folha de São Paulo (versão on line), 18/04/2011. Acessado em 20/12/2011.)

a) A palavra *público* é empregada no texto ora como substantivo, ora como adjetivo. Exemplifique cada um desses empregos com passagens do próprio texto e apresente o critério que você utilizou para fazer a distinção.

b) Qual é, no texto, a diferença entre o que é chamado de *interesse público* e o que é chamado de *interesse do público*?

5. (UNICAMP – 2012) O texto abaixo é parte de uma campanha promovida pela ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas).

Surfamos a Internet, Nadamos em revistas

A Internet empolga. Revistas envolvem.

A Internet agarra. Revistas abraçam.

A Internet é passageira. Revistas são permanentes.

E essas duas mídias estão crescendo.

Um dado que passou quase despercebido em meio ao barulho da Internet foi o fato de que a circulação de revistas aumentou nos últimos cinco anos. Mesmo na era da Internet, o apelo das revistas segue crescendo. Pense nisto: o Google existe há 12 anos. Durante esse período, o número de títulos de revistas no Brasil cresceu 234%. Isso demonstra que uma mídia nova não substitui uma mídia que já existe. Uma mídia estabelecida tem a capacidade de seguir prosperando, ao oferecer uma experiência única.

É por isso que as pessoas não deixam de nadar só porque gostam de surfar.

(Adaptado de *Imprensa*, n. 267, maio 2011, p. 17.)

a) O verbo *surfar* pode ser usado como transitivo ou intransitivo. Exemplifique cada um desses usos com enunciados que aparecem no texto da campanha. Indique, justificando, em qual desses usos o verbo assume um sentido necessariamente figurado.

b) Que relação pode ser estabelecida entre o título da campanha e o trecho reproduzido a seguir? Como essa relação é sustentada dentro da campanha?

A Internet empolga. Revistas envolvem.

A Internet agarra. Revistas abraçam.

A Internet é passageira. Revistas são permanentes.

6. (FUVEST – 2014) Avalie a redação das seguintes frases:

I. O futebol conquistou um papel na sociedade tanto culturalmente como econômico e político.

II. Os clubes buscam a expansão do número de associados bem como reduzir gastos com publicidade.

III. Doravante tais fatos, fica claro que o futebol exerce uma grande influência no cotidiano do brasileiro.

IV. O técnico declarou aos jornalistas que, para o próximo jogo, ele tem uma carta na manga do colete.

a) Reescreva as frases I e II, corrigindo a falta de paralelismo nelas presente.

b) Reescreva as frases III e IV, eliminando a inadequação vocabular que elas apresentam.

7. (FUVEST – 2012) Leia a seguinte mensagem publicitária, referente a carros, e responda ao que se pede:

POTÊNCIA, ROBUSTEZ E TRAÇÃO 4WD. PORQUE TEM LUGARES QUE SÓ COM ESPÍRITO DE AVENTURA VOCÊ NÃO CHEGA.

a) A mensagem está redigida de acordo com a norma padrão da língua escrita? Se você julga que sim, justifique; se acha que não, reescreva o texto, adaptando-o à referida norma.

b) Se a palavra “só” fosse excluída do texto, o sentido seria alterado? Justifique sua resposta.

8. (FUVEST – 2009) Examine a tirinha e responda ao que se pede.



Quino, **Mafalda 2**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

- a) O sentido do texto se faz com base na polissemia de uma palavra. Identifique essa palavra e explique por que a indicou.
- b) A tirinha visa produzir não só efeito humorístico mas também efeito crítico. Você concorda com essa afirmação? Justifique sua resposta.

9. (FUVEST – 2011) Leia os seguintes versos de “Alegria, Alegria”, de Caetano Veloso, e, em seguida, os dois comentários em que os autores explicam por que essa canção é uma de suas prediletas.

Caminhando contra o vento
Sem lenço e sem documento
No sol de quase dezembro
Eu vou

O sol se reparte em crimes
Espaçonaves, guerrilhas
Em cardinales bonitas
Eu vou

Em caras de presidentes
Em grandes beijos de amor
Em dentes, pernas, bandeiras
Bomba e Brigitte Bardot
(...)

Ela pensa em casamento
E eu nunca mais fui à escola
Sem lenço e sem documento
Eu vou

Eu tomo uma coca-cola
Ela pensa em casamento
E uma canção me consola
Eu vou

Por entre fotos e nomes
Sem livros e sem fuzil
Sem fome, sem telefone
No coração do Brasil
(...)

<http://www.caetanoveloso.com.br>

I. “A linguagem era nova, cheia de referências visuais, e tudo estava ali, combinando temas que nem sempre pareciam combinar: despreocupação, engajamento político, tecnologia, lirismo... .”
Laura de Mello e Souza. Adaptado.

-
- a) Transcreva um verso* que ilustre, de modo mais expressivo, o que está sublinhado nesse comentário. Justifique sua escolha.

*(verso = uma linha.)

II. “A canção era importante pela força mágica de afirmar a potência criativa da vida em meio à fragmentação do mundo.” *Jurandir Freire Costa. Adaptado.*

- b) Transcreva um verso que exemplifique, de modo mais evidente, o que está sublinhado nesse comentário. Justifique sua escolha.