

ITA - 2006

2º DIA

# PORTUGUÊS

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08/10/2005.)

A denominação "shopping-bunker" é apropriada pelo fato de a loja

- A) possuir salões labirínticos, onde praticamente não há corredores.
- B) funcionar num prédio monumental, construído num bairro "nouveau riche".
- C) contar com formalidades de acesso, que envolvem carteira de sócio.
- D) ser o assunto preferido das conversas em São Paulo.
- E) proteger os consumidores, dando-lhes segurança.

**RESOLUÇÃO:**

O anglicismo "shopping-bunker" traduz a ideia de proteção num espaço de compras.

**RESPOSTA: E**



As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

- 1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.
- 5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.
- 10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.
- 15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.
- 20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.
- 25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.
- 30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.
- 35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.
- 40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

Considerando o contexto e os vários pontos de vista presentes no texto, aponte a opção que, da perspectiva dos ricos, **NÃO** constitui atributo da Daslu.

- A) sofisticação
- B) exclusividade
- C) privacidade
- D) ostentação
- E) distinção

**RESOLUÇÃO:**

A opção indica uma característica que foi atribuída aos indignados pequeno-burgueses e não aos ricos frequentadores da Daslu.

**RESPOSTA: D**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

No texto, predomina a linguagem formal. No entanto, podem-se perceber nele algumas marcas de linguagem coloquial, como em

A) as grifes (linha 5).

B) deve-se dizer (linha 12).

C) de cara (linha 16).

D) sinistros (linha 26).

E) a gente (linha 31).

**RESOLUÇÃO:**

Trata-se de uma expressão que substitui imediatamente, enfatizando que pela aparência das clientes era possível identificar o poder aquisitivo delas.

**RESPOSTA: C**

## Português – Questão 24

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)



De acordo com o que está explícito no texto, **NÃO** constitui um objetivo das complicações que dificultam o acesso à loja

- A) a seleção.
- B) a intimidação.
- C) a segurança.
- D) a sofisticação.
- E) a proteção.

**RESOLUÇÃO:**

Todos os elementos citados nas alternativas representam barreiras de acesso à loja, menos a sofisticação, pois ela é uma característica dos produtos ali vendidos e não constitui, essencialmente, um empecilho ao acesso à loja.

**RESPOSTA: D**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

Considere as seguintes afirmações:

- I. O ineditismo da Daslu reside na sua natureza de "shopping-bunker".
- II. As acentuadas diferenças sociais impulsionam iniciativas de segregação como a construção do "shopping-bunker".
- III. Um dos desejos dos brasileiros em relação aos shoppings é conseguir mostrar distinção, uma elegância de porte que não se vê fora deles.

De acordo com o texto, está **CORRETO** o que se afirma

- A) apenas em I.
- B) apenas em I e II.
- C) apenas em II.
- D) apenas em II e III.
- E) em todas.

**RESOLUÇÃO:**

O caráter inédito da questão está no fato de ser um centro de compras com uma proteção toda especial, já que, principalmente, seleciona os que são muito ricos, oferecendo-lhes produtos luxuosos.

**RESPOSTA: A**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

Considere as duas frases finais do texto, abaixo reproduzidas.

- (1) Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista.
- (2) A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvoroçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos.

Nota-se que a frase (2) apresenta uma relação de sentido com a frase (1). Essa relação ficaria explicitada se a frase (2) iniciasse por

- A) apesar de que.
- B) tanto assim que.
- C) além disso.
- D) por isso.
- E) já que.

**RESOLUÇÃO:**

A relação estabelecida entre as duas frases é a de explicação e isso é percebido quando, contextualizados com o restante do texto, as duas frases passam a demonstrar que a democratização dos outros shoppings acabou por permitir que a classe média invadisse o espaço exclusivo dos abastados.

**RESPOSTA: E**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

Assinale a opção que pode ser inferida do texto.

- A) Com a construção da nova loja, as relações entre a Daslu e os antigos clientes serão alteradas.
- B) Não há corredores na nova loja Daslu.
- C) A classe alta não se sente segura e tranquila nos shoppings comuns.
- D) A Daslu é a única loja que vende as grifes famosas e caras.
- E) Com a nova Daslu, shoppings sofisticados, como o Iguatemi, se popularizaram.

**RESOLUÇÃO:**

A inferência é gerada baseada nas relações entre segurança/ tranquilidade e shoppings (especificamente shopping-bunker e outros shoppings). Isso se verifica na leitura do trecho (linhas 40-43): "A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvoroçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas dos muito ricos". Observamos que, pelo uso dos termos destacados, a idéia gerada é a de que o shopping-bunker traz a segurança e a tranquilidade não mais garantidas pelos outros shoppings.

**RESPOSTA: C**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.

5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.

10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.

15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.

20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.

25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.

30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.

35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.

40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)



No início do sétimo parágrafo (linha 26), a expressão “Tais fatores [...] sinistros” refere-se a

A) violência e desigualdade social.

B) proteção e segurança.

C) exclusividade e privacidade.

D) sofisticação e luxo.

E) isolamento e indiferença.

### **RESOLUÇÃO:**

A proposta da questão permite que se façam duas análises: uma, estrutural, em que a palavra fatores, como um recurso anafórico, simplesmente recuperaria a riqueza considerada como um elemento estranho (sinistro) já que não é comum na sociedade brasileira, daí a opção pela letra D; mas se o candidato optar por fazer uma leitura semântica, relacionando outras partes do texto, a opção seria letra A, confirmando que fatores sinistros são a violência e a pobreza que grassam no Brasil.

### **RESPOSTA: D E/OU A**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

- 1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.
- 5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.
- 10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.
- 15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.
- 20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.
- 25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.
- 30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.
- 35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.
- 40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

No sexto parágrafo (linha 22), o autor usa um dado estatístico como argumento para

- A) operar uma digressão que interrompe o fio da argumentação.
- B) exemplificar a ideia apresentada no período anterior.
- C) contrastar duas condições sociais.
- D) fazer uma associação fortuita.
- E) relacionar implicitamente o espaço da loja e o da favela.

**RESOLUÇÃO:**

Ao apresentar a renda somada de todas as famílias do aglomerado comparada ao preço de uma calça de determinada marca, ele pretende contrastar os dois mundos.

**RESPOSTA: C**

As questões de 21 a 30 referem-se ao texto seguinte:

### A Daslu e o shopping-bunker

- 1 A nova Daslu é o assunto preferido das conversas em São Paulo. Os ricos se entusiasmam com a criação de um local tão exclusivo e cheio de roupas e objetos sofisticados e internacionais. Os pequeno-burgueses praguejam contra a iniciativa, indignados com tanta ostentação.
- 5 Antes instalada num conjunto de casas na Vila Nova Conceição, região de classe alta, a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo passará agora a funcionar num prédio monumental construído no bairro "nouveau riche" da Vila Olímpia e ao lado do infelizmente pútrido e mal cheiroso rio Pinheiros.
- 10 A imprensa aproveita a mudança da Daslu para discorrer sobre as vantagens de uma vida luxuosa e exibir fotos exclusivas do interior da megaloja de quatro andares e seus salões labirínticos, onde praticamente não há corredores, pois, como diz a dona da loja, a ideia é que o consumidor se sinta em sua casa.
- 15 Estranha casa, deve-se dizer. Para entrar nela é preciso fazer uma carteira de sócio, depois de deixar o carro num estacionamento que custa R\$ 30,00 (a primeira hora). Obviamente, tudo isso tem por objetivo selecionar os consumidores e intimidar os pouco afortunados - os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja, reclamavam da indiferença das vendedoras, as dasluzetes, muito mais solícitas com aqueles que elas já conheciam ou que demonstravam de cara seu poder de compra.
- 20 As complicações na portaria visam também, embora não se diga com clareza, a proteger o local e dar segurança aos milionários de todo o país que certamente farão da nova Daslu um de seus "points" durante a estada em São Paulo, como já ocorria com a antiga casa. A segurança é um item cada vez mais prioritário nos negócios hoje em dia - antes mesmo da inauguração, a loja teve um de seus caminhões de mudança roubado.
- 25 As formalidades na entrada levam ainda em conta a privacidade do local de quase 20 mil metros quadrados, não muito longe da favela Coliseu (sic). A reportagem de um site calculou, por falar nisso, que a soma da renda mensal de todas as famílias da favela (R\$ 10.725, segundo o IBGE) daria para comprar apenas duas calças Dolce & Gabbana na loja.
- 30 Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu. Sim, a loja é uma empreitada verdadeiramente inédita. A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos, agora introduz, pela primeira vez no mundo, o modelo do shopping-bunker.
- 35 Todos sabem como os shopping centers floresceram em São Paulo e nas capitais brasileiras, tanto pelas facilidades que propiciam para a gente que vive nos centros urbanos congestionados e tumultuados, quanto pela segurança. Ao longo dos anos, eles foram surgindo aqui e ali, alterando a sociabilidade e a paisagem das cidades. Acabaram se transformando em uma espécie de praça (fechada), onde as classes alta e média podiam circular com tranquilidade, sem serem importunadas pela visão e a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas (abertas), como a da República e a da Sé, em São Paulo. Dentro dos shoppings, os brasileiros sonhamos um mundo de riqueza, organização, limpeza, segurança, facilidades e sobretudo de distinção que lá fora, nas ruas, está agora longe de existir.
- 40 Mas talvez os shoppings, mesmo os mais sofisticados, como o Iguatemi, tenham se tornado democráticos demais para o gosto da classe alta paulista. A cada pequeno entusiasmo econômico, logo a alvorçada classe média da cidade resolve se intrometer aos bandos nas searas exclusivas dos muito ricos. [...]

(<http://www1.folha.uol.com.br>. por Alcino Leite Neto. Consulta em 08107/2005.)

Assinale a opção em que a palavra que **NÃO** funciona como pronome.

- A) "a loja que vende as grifes mais famosas e caras do mundo" (linhas 4 e 5).
- B) "os mesmos que, ao se aventurar na antiga loja reclamavam da indiferença das vendedoras" (linhas 14 e 15).
- C) "Tais fatores, digamos assim, sinistros da realidade brasileira é que impulsionam o pioneirismo da nova Daslu." (linhas 26 e 27).
- D) "A Daslu, que desenvolveu no Brasil um certo tipo de atendimento exclusivo e personalizado para ricos" [...]. (linhas 27 e 28).
- E) "a presença dos numerosos pobres e miseráveis, que, por sua vez, ocuparam as praças públicas" (linhas 34 e 35).

**RESOLUÇÃO:**

Na opção C, tem-se uma partícula de realce em que, na realidade, não é só o "que" que reforça a expressão anterior, mas também o verbo ser. Nos demais casos, trata-se do pronome relativo.

**RESPOSTA: C**

## Português – Questão 31

Na linha 6 do texto, a expressão em francês “nouveau riche” [= novo rico] produz um efeito de ironia. Assinale a opção em que a palavra ou expressão em francês produz o mesmo efeito.

- A) Para evitar alguns tipos de roubo, a melhor opção é usar uma “pochette” [= pequena bolsa usada, em geral, presa à cintura].
- B) O presunçoso escritor raramente permitia a entrada de colegas em seu requintado “bureau” [= escritório].
- C) A exposição de pintura tem um ar de “dèjà-vu” [= algo já visto].
- D) Seu requintado “savoir-faire” [= saber fazer algo] culinário se formou aqui e na Europa.
- E) O burburinho no “trottoir” [= calçada] da rua Nestor Pestana dava um tom especial àquela noite de outono.

### **RESOLUÇÃO:**

A ironia se repete na opção C, porque o quadro é caracterizado como repetitivo. É importante ressaltar que a palavra ar traz um reforço à sátira.

### **RESPOSTA: C**

## Português – Questão 32

Considere as frases seguintes.

- I. De um político a outro: “Com o meu passado, aceito qualquer presente.” (Millôr Fernandes)
- II. Ferroviário morto saca dinheiro da conta [...]. O quê? Morto saca dinheiro vivo? (José Simão)
- III. Navegar é preciso, viver é impreciso. (Millôr Fernandes)
- IV. Uma voz quente deixava Maria gelada.

No contexto de qual(is) frase(s), os termos grifados funcionam como antônimos?

- A) Apenas em I.
- B) Apenas em II.
- C) Apenas em III.
- D) Apenas em II, III e IV.
- E) Em todas.

### **RESOLUÇÃO:**

A resposta sugere que se leve em conta o jogo simbólico das palavras para que elas passem a representar antônimos.

### **RESPOSTA: D**

## Português – Questão 33

As questões 33 e 34 referem-se ao texto a seguir.

*Do interior da floresta, no alto das montanhas, em pequenos grotões cercados de muito verde, a água cristalina brota da terra e vai buscando seu caminho por entre as pedras. Ao unir-se às águas de outras nascentes, o filete dessa água cristalina vai se transformando em riachos, córregos e rios.*

*Descendo a serra em busca do mar, rumo à planície litorânea, as águas vão esculpindo as rochas, formando corredeiras e se lançando pelos vales em cachoeiras que formam os mais belos cenários da Mata Atlântica com suas piscinas naturais. [...]*

(Folheto do Parque Estadual da Serra do Mar - Núcleo de Santa Virgínia.)

A descrição no texto apresenta uma paisagem que parece estar em movimento. Esse movimento é construído basicamente pelo emprego de

- A) adjetivos.
- B) locuções adverbiais.
- C) substantivos que designam elementos da natureza.
- D) preposições.
- E) locuções verbais com gerúndio.

### **RESOLUÇÃO:**

O uso do gerúndio atribui ao texto uma abordagem dinâmica, uma vez que é seu objetivo enfatizar tal aspecto na caracterização do parque.

### **RESPOSTA: E**



## Português – Questão 34

As questões 33 e 34 referem-se ao texto a seguir.

*Do interior da floresta, no alto das montanhas, em pequenos grotões cercados de muito verde, a água cristalina brota da terra e vai buscando seu caminho por entre as pedras. Ao unir-se às águas de outras nascentes, o filete dessa água cristalina vai se transformando em riachos, córregos e rios.*

*Descendo a serra em busca do mar, rumo à planície litorânea, as águas vão esculpindo as rochas, formando corredeiras e se lançando pelos vales em cachoeiras que formam os mais belos cenários da Mata Atlântica com suas piscinas naturais. [...]*

(Folheto do Parque Estadual da Serra do Mar - Núcleo de Santa Virgínia.)

O segmento do texto em que a preposição de estabelece uma relação de posse é

- A) "no alto das montanhas".
- B) "cercados de muito verde".
- C) "a água cristalina brota da terra".
- D) "águas de outras nascentes".
- E) "em busca do mar".

### **RESOLUÇÃO:**

As nascentes são constituídas por água. Nas outras opções temos: "no alto das montanhas" (local); da terra (origem); em busca do mar (destino); cercado de muito verde (conecta agente da passiva).

### **RESPOSTA: D**

## Português – Questão 35

Considere o texto a seguir.

*Diferente de cidades onde imóveis de frente para o mar são mais valorizados, a escassez de verde faz a vez da vista para o Atlântico em São Paulo. Bairros que fazem fronteira ou que são vizinhos a grandes parques merecem destaque e seduzem por oferecer uma qualidade de vida bastante rara na cidade. Um desses parques, que passou algum tempo despercebido, é o Parque do Piqueri, com uma frequência relativamente baixa de visitantes e cheio de árvores frondosas, lago e patos, agora vira a bola da vez na região Leste da cidade. [...]*

(Propaganda para o lançamento de um prédio de apartamentos na cidade de São Paulo. In: *Folha de S. Paulo*, 12/02/2005.)

Assinale a opção em que o verbo **NÃO** é o mais apropriado semanticamente ao contexto.

- A) São (“são mais valorizados”).
- B) Fazem (“fazem fronteira”).
- C) Merecem (“merecem destaque”).
- D) Oferecer (“oferecer uma qualidade de vida”).
- E) Passou (“passou algum tempo”).

### **RESOLUÇÃO:**

O verbo “oferecer” é inadequado ao contexto, porque o objetivo da imobiliária não é ofertar qualidade de vida e sim garantir/ assegurar tal “produto”.

### **RESPOSTA: D**

## Português – Questão 36

O texto a seguir reproduz alguns trechos do poema “Leito de folhas verdes”, do escritor romântico Gonçalves Dias, que consta do livro *Últimos cantos* (1851). Nesse longo poema, o poeta dá voz a uma índia que dirige um apelo emocionado e sensual ao seu amado, o índio Jatir, e que permanece na expectativa da chegada do homem amado para um encontro sexual. Ao final, o encontro erótico-amoroso acaba não se concretizando, pois Jatir não chega ao local em que a índia o aguarda.

*“Por que tardas, Jatir, que tanto a custo  
À voz do meu amor moves teus passos?  
Da noite a viração, movendo as folhas,  
Já nos cimos do bosque rumoreja.  
[...]  
Sejam vales ou montes, lago ou terra,  
Onde quer que tu vás, ou dia ou noite,  
Vai seguindo após ti meu pensamento:  
Outro amor nunca tive: és meu, sou tua!  
[...]  
Não me escutas, Jatir! nem tardo acodes  
À voz do meu amor, que em vão te chama!  
[...]”*

Sobre esse poema, é **INCORRETO** afirmar que

- A) há no poema a presença explícita da natureza como cenário perfeito para a realização do ato amoroso, o que costuma ser uma marca da poesia romântica.
- B) a emoção do sujeito lírico feminino é notória pelo tom com que a índia apela ao amado para que ele venha ao seu encontro; daí a presença dos pontos de exclamação no poema.
- C) a emoção do sujeito lírico feminino deriva do amor da índia por Jatir, amor que é sentimental e erótico (amor da alma e amor do corpo).
- D) o texto é uma versão romântica das cantigas de amigo medievais, nas quais o trovador reproduzia a fala feminina que manifestava o desejo de encontro com o seu “amigo” (amado).
- E) não se trata de um poema romântico típico, pois o amor romântico é sempre pautado pelo sentimento platônico e pelo ideal do amor irrealizável no plano corpóreo.

### **RESOLUÇÃO:**

A alternativa E generaliza a afirmação de que “o amor romântico é sempre pautado pelo sentimento platônico e pelo amor irrealizável no plano corpóreo”. Tal afirmação não se aplica, entretanto, a todas as gerações românticas, mas apenas à segunda geração, conhecida como ultrarromântica. Nas obras da terceira e da primeira geração, em que se insere o poema de Gonçalves Dias citado, o encontro amoroso é possível, como confirma a leitura do texto em análise.

### **RESPOSTA: E**

## Português – Questão 37

O texto a seguir reproduz as duas estrofes de um dos mais conhecidos poemas do romantismo brasileiro: "Se eu morresse amanhã!", de Álvares de Azevedo.

*Se eu morresse amanhã, viria ao menos  
Fechar meus olhos minha triste irmã;  
Minha mãe de saudades morreria  
Se eu morresse amanhã!  
Quanta glória pressinto em meu futuro!  
Que aurora de porvir e que manhã!  
Eu perdera chorando essas coroas  
Se eu morresse amanhã!  
[...]*

Sobre esse poema, pode-se afirmar que

- I. ele mostra, de forma clara, o forte teor subjetivo e emotivo da poesia romântica, pois é totalmente centrado no "eu", na interioridade subjetiva do poeta.
- II. o egocentrismo romântico, ligado ao tema da morte, faz com que o poeta lamente de forma emocionada a própria morte, que imagina estar próxima.
- III. a emoção excessiva, explicitada pelo uso recorrente dos pontos de exclamação, revela um desejo de fuga da realidade; o mergulho no "eu" é uma forma de opor-se ao problemático mundo exterior.
- IV. a obsessão com a morte, tão presente no poema, é uma das formas do escapismo romântico, comumente aplicado ao tema do amor, o qual também possibilita uma fuga da problemática existencial.

Estão **CORRETAS**

- A) apenas I e II.
- B) apenas I, II e III.
- C) apenas I, II e IV.
- D) apenas III e IV.
- E) todas.

**RESOLUÇÃO:**

Todas as quatro afirmativas referem-se ao segundo momento do Romantismo brasileiro, caracterizado pelo Ultrarromantismo, é a chamada geração do mal-do-século ou byronista.

**RESPOSTA: E**

## Português – Questão 38

O romance *São Bernardo*, de Graciliano Ramos, publicado em 1934, é narrado em primeira pessoa pelo narrador-personagem Paulo Honório, que decide escrever o livro em determinada altura da sua vida. O principal motivo que levou Paulo Honório a escrever a sua história foi

- A) o desejo de mostrar como ele conseguiu, com enorme esforço, tornar-se um proprietário rural bem sucedido, apesar de sua origem extremamente humilde.
- B) o desejo de mostrar como se formavam os conflitos políticos e sociais no interior do Nordeste brasileiro, tema recorrente na ficção da chamada "Geração de 30".
- C) a tristeza que toma conta dele depois que a fazenda São Bernardo deixa de ser produtiva, o que ela tinha sido graças ao seu empenho.
- D) tentar compreender o que teria levado Madalena ao fim trágico da sua existência, bem como as razões de a vida conjugal deles não ter se realizado como ele gostaria.
- E) revelar quais foram os motivos pelos quais Madalena se matou, visto que ela se sentia culpada por ter traído o marido com Padilha, antigo proprietário da São Bernardo.

### **RESOLUÇÃO:**

O impulso metalinguístico que motiva Paulo Honório a escrever o romance, sem dúvida, é o desejo, a tentativa de o narrador compreender o que levou Madalena a cometer o suicídio.

### **RESPOSTA: D**

## Português – Questão 39

O pequeno poema abaixo faz parte do livro *Vivenda*, da escritora contemporânea Maria Lúcia Alvim.

*Alcova*

*Em meu corpo tem um bosque  
que se chama solidão.*

*(Em: Vivenda. São Paulo: Duas Cidades, 1989.)*

**NÃO** é correto dizer que o poema

- A) mostra claramente uma das vertentes da poesia contemporânea – a economia formal – visível na extrema brevidade do texto.
- B) é uma espécie de cantiga de amigo reatualizada e “passada a limpo”, pois expressa uma sentimentalidade que tem origem nesse gênero da poesia medieval.
- C) é construído por uma espécie de redução e de simplificação do tema romântico do amor feminino, presente no poema de Gonçalves Dias, citado na questão 36 desta prova.
- D) não apresenta qualquer tipo de filiação romântica, pelo fato de não comportar sentimentos de ordem afetiva, mas apenas o registro de um forte erotismo.
- E) possui de forma extremamente econômica a expressão romântica (de origem medieval) do amor feminino (sentimental e erótico), quase sempre metaforizado por elementos da natureza.

**RESOLUÇÃO:**

A temática da solidão, do abandono amoroso é muito frequente durante o período Romântico, além de o poema comportar elementos afetivos e não apresentar um forte erotismo.

**RESPOSTA: D**

## Português – Questão 40

A ficção contemporânea brasileira é marcada por uma diversidade muito grande de temas e de estilos. Nesse universo ficcional, um dos escritores de maior singularidade é Murilo Rubião, autor de livros, como *O pirotécnico Zacarias*, *O convidado* e *A casa do girassol vermelho*, publicados nos anos 1970. Das opções seguintes, assinale a que **MELHOR** define a obra desse autor.

- A) O fato de ele ter escrito uma obra muito concisa, pois publicou poucos títulos, bem como sua predileção pelo conto, única forma literária a que se dedicou.
- B) O fato de o autor ter escrito obras incluídas no gênero fantástico, cuja principal marca é a presença de ações sobrenaturais ou surreais, e que possuem significados metafóricos.
- C) A presença de um forte psicologismo, ou seja, um aprofundamento nas motivações inconscientes e oníricas das ações das personagens.
- D) A presença do sobrenatural, em contos próximos do clima de terror, e a presença do monstruoso, como no conto que narra as transformações de um coelho em vários outros animais.
- E) O uso de elemento fantástico como forma de crítica social, como no conto que mostra o emagrecimento monstruoso de um homem, ocasionado pela sua obsessão pela vida do vizinho.

### **RESOLUÇÃO:**

Entre as várias opções apresentadas, a letra B estaria mais completa. O escritor mineiro Murilo Rubião é o representante, no Brasil, da tendência do Realismo Mágico ou Fantástico, marcado pelos elementos sobrenaturais ou surreais, de significados alegóricos.

### **RESPOSTA: B**

## Português – Questão 41

Em relação ao texto da questão 35, que se trata de uma propaganda para o lançamento de um prédio de apartamentos na cidade de São Paulo,

- A) **IDENTIFIQUE** o trecho que cria uma contradição.
- B) **REESCREVA** esse trecho de maneira a eliminar a contradição.

### **RESOLUÇÃO:**

- A) “escassez do verde” – o trecho gera contradição, uma vez que o período se inicia com ênfase ao elemento presente no conjunto do produto anunciado – o verde oferecido na vista dos parques – contudo, ao usar o termo “escassez”, a ênfase recai sobre a ausência e não sobre a presença de tal elemento.
- B) “Diferente de cidades onde imóveis de frente para o mar são mais valorizados, o verde faz a vez da vista para o Atlântico em São Paulo”.



## Português – Questão 42

No excerto a seguir, **IDENTIFIQUE** o trecho referente aos atributos do Parque do Piqueri e, nele, **SUBSTITUA** a relação de adição por outra que enfatize a oposição entre os atributos.

*Um desses parques, que passou algum tempo despercebido, é o Parque do Piqueri, com uma frequência relativamente baixa de visitantes e cheio de árvores frondosas, lago e patos, agora vira a bola da vez na região Leste da cidade.*

### **RESOLUÇÃO:**

A baixa frequência, as árvores frondosas, o lago e os patos são atributos do Parque Piqueri em que não se sinalizou a ideia de oposição entre partes dessas qualidades. Para apresentar essa adversidade, sugere-se a seguinte reescrita: ...é o parque do Piqueri que, embora tenha uma frequência relativamente baixa de visitantes, possui árvores frondosas, lago e patos, virando a bola da vez na região Leste da cidade.

## Português – Questão 43

Considere o texto “A Daslu e o shopping-bunker” e o excerto do poema “Circumlóquio”, de Haroldo de Campos, a seguir.

[...]

*o neoliberal*

*sonha um admirável*

*mundo fixo*

*de argentários e multinacionais*

[...]

*um mundo privé*

*palácio de cristal*

*à prova de balas:*

*bunker blau*

*durando para sempre – festa estática*

*(ainda que se sustente sobre fictas*

*palafitas*

*e estas sobre uma lata*

*de lixo)*

A) O mundo sonhado pelo neoliberal do poema encontra sua realização na criação da nova Daslu. **JUSTIFIQUE** essa afirmativa.

B) **EXPLIQUE** o uso dos parênteses no poema.

Argentário. 1. Móvel onde se guardam objetos de prata, sobretudo baixelas;

2. Indivíduo muito rico; milionário.

Blau. Que tem a cor azul dos brasões.

Ficto. Em que há simulação; falso, ilusório.

### **RESOLUÇÃO:**

A) O neoliberal citado no poema de Haroldo de Campos, com certeza, aprovaria a criação da nova loja da Daslu. O texto de referência da prova já apresenta no próprio título (o shopping-bunker) uma referência ao desejo do personagem do poema, o qual sonha com “um mundo privé / palácio de cristal / à prova de balas: / bunker blau.” Tal desejo estaria concretizado na recém-inaugurada loja: o admirável mundo artificial, isolado do mundo real.

B) Os parênteses costumam revelar a precariedade em que se fundamenta uma sociedade que valoriza ao extremo o consumismo, intensificando as diferenças resultantes do enorme abismo das desigualdades sociais.

## Português – Questão 44

“Missa do galo” talvez seja o conto mais célebre de Machado de Assis. Esse conto mostra dois dos temas que o autor salientou em suas obras: a situação social vivida pelas mulheres no Brasil do século XIX, que tinham no casamento uma das poucas opções de vida; e, principalmente, a ambiguidade do comportamento feminino, mostrada no tema do adultério (recorrente no Realismo). De que forma o conto “Missa do galo” apresenta a duplicidade do comportamento da personagem feminina central do texto?

### **RESOLUÇÃO:**

Conceição, protagonista do conto “Missa do galo”, é uma personagem ambígua, na relação estabelecida com o jovem estudante. Aos olhos do rapaz, não se pode deduzir quais seriam os reais interesses da esposa traída. As ações desenvolvidas pela mulher (lamber os lábios, cruzar as pernas deixando entrever algo a mais, o movimento dos braços, cabelos) poderiam ou não remeter ao erotismo. Fica-se então, a dúvida: ela quis trair o marido?

## Português – Questão 45

O poema seguinte, de Manuel Bandeira, faz parte do livro *Libertinagem* (1930).

*Poema de finados*

*Amanhã que é dia dos mortos  
Vai ao cemitério. Vai  
E procura entre as sepulturas  
A sepultura de meu pai.  
Leva três rosas bem bonitas.  
Ajoelha e reza uma oração.  
Não pelo pai, mas pelo filho.  
O filho tem mais precisão.  
O que resta de mim na vida  
É a amargura do que sofri.  
Pois nada quero, nada espero.  
E em verdade estou morto ali.*

Acerca desse poema, **RESPONDA**

- A) Por que o tema da morte ganha um tratamento diferente e mais sóbrio neste poema modernista, do que o que recebe no poema romântico de Álvares de Azevedo, da questão 37?
- B) Citando alguma passagem do poema de Bandeira, **EXPLIQUE** por que se pode dizer que a emoção também está presente no poema do escritor modernista, mas distante da forma exagerada com que ela aparece no texto do poeta romântico.

**RESOLUÇÃO:**

- A) O “Poema de Finados”, de Manuel Bandeira, é representante do Modernismo brasileiro. Por, historicamente, estar situado na 2ª Fase do Modernismo, o poema apresenta um clima mais reflexivo e menos irônico e debochado que na fase anterior. Para Manuel Bandeira, a morte não era vista como a solução dos problemas terrenos, como os poetas da 2ª Geração Romântica. A tendência ao escapismo, presente durante o período do Mal-do-Século, em que a morte é uma das soluções, não apresenta respaldo no poema de Manuel Bandeira. Para o poeta pernambucano, a morte era um elemento recorrente em seus poemas, há um certo tom de aceitabilidade, com a certeza de que “a indesejada das gentes” um dia chegará.
- B) O verso “Ajoelha e reza uma oração.” apresenta um apelo emotivo, mais contido, é claro, do que se nota em Álvares de Azevedo, quando afirma: “Minha mãe de saudades morreria / Se eu morresse amanhã!”. A razão de essa emoção ser mais contida foi explicitada na opção anterior.

## INSTRUÇÕES PARA REDAÇÃO

O texto a seguir tem sido veiculado pela Internet. **IDENTIFIQUE** o tema do texto e, sobre ele, **REDIJA** uma dissertação em prosa, na folha a ela destinada no caderno de soluções, argumentando em favor de um ponto de vista sobre o assunto. Na avaliação de sua redação, serão considerados:

- A) clareza e consistência dos argumentos em defesa de um ponto de vista sobre o assunto;
- B) coesão e coerência do texto;
- C) domínio do português padrão.

**Atenção:** A redação será anulada se não versar sobre o tema ou se não for uma dissertação em prosa. A Banca Examinadora aceitará qualquer posicionamento ideológico do candidato.

ENCOMENDANDO UMA PIZZA EM 2010

*Telefonista:* Pizza Hot, boa noite!

*Cliente:* Boa noite! Quero encomendar pizzas...

*Telefonista:* Pode me dar o seu NIDN?

*Cliente:* Sim, o meu número de identificação nacional é 610204791993-8456- 54632107.

*Telefonista:* Obrigada, Sr. Lewis. Seu endereço é 1742 Meadowland Drive e o número de seu telefone é 494-2366, certo? O telefone do seu escritório da Lincoln Insurance é o 745-2302 e o seu celular é 266-2566. De que número o Sr. ligou?

*Cliente:* Bem, estou em casa. Como você conseguiu essas informações todas?

*Telefonista:* Nós estamos ligados em rede ao Grande Sistema Central.

*Cliente:* Ah, sim, é verdade! Eu queria encomendar duas pizzas, uma quatro queijos e outra calabresa...

*Telefonista:* Talvez não seja uma boa ideia...

*Cliente:* O quê?

*Telefonista:* Consta na sua ficha médica que o Sr. sofre de hipertensão e tem a taxa de colesterol muito alta. Além disso, o seu seguro de vida proíbe categoricamente escolhas perigosas para a sua saúde.

*Cliente:* É, você tem razão! O que você sugere?

*Telefonista:* Por que o Sr. não experimenta a nossa pizza Superlight, com tofu e rabanetes? O Sr. vai adorar!

*Cliente:* Como é que você sabe que vou adorar?

*Telefonista:* O Sr. consultou o site "Recettes Gourmandes au Soja" da Biblioteca Municipal, dia 15 de janeiro, às 14:27h, onde permaneceu ligado à rede durante 36 minutos. Daí a minha sugestão...

*Cliente:* OK, está bem! Mande-me duas pizzas tamanho família!

*Telefonista:* É a escolha certa para o Sr., sua esposa e seus 4 filhos, pode ter certeza.

*Cliente:* Quanto é?

*Telefonista:* São \$49,99.

*Cliente:* Você quer o número do meu cartão de crédito?

*Telefonista:* Lamento, mas o Sr. vai ter que pagar em dinheiro. O limite do seu cartão de crédito já foi ultrapassado.

*Cliente:* Tudo bem, eu posso ir ao Multibanco sacar dinheiro antes que chegue a pizza.

*Telefonista:* Duvido que consiga, o Sr. está com o saldo negativo.

*Cliente:* Meta-se com a sua vida! Mande-me as pizzas que eu arranjo o dinheiro.

Quando é que entregam?

*Telefonista:* Estamos um pouco atrasados, serão entregues em 45 minutos. Se o Sr. estiver com muita pressa pode vir buscá-las, se bem que transportar duas pizzas na moto não é aconselhável, além de ser perigoso...

*Cliente:* Mas que história é essa, como é que você sabe que eu vou de moto?

*Telefonista:* Peço desculpas, apenas reparei que o Sr. não pagou as últimas prestações do carro e ele foi penhorado. Mas a sua moto está paga, e então pensei que fosse utilizá-la.

*Cliente:* @#%/§@&?#>§/%#!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

*Telefonista:* Gostaria de pedir ao Sr. para não me insultar... não se esqueça de que o Sr. já foi condenado em julho de 2009 por desacato em público a um Agente Regional.

*Cliente:* (Silêncio)

*Telefonista:* Mais alguma coisa?

*Cliente:* Não, é só isso... não, espere... não se esqueça dos 2 litros de refrigerante que constam na promoção.

*Telefonista:* Senhor, o regulamento da nossa promoção, conforme citado no artigo 3095423/12, nos proíbe de vender bebidas com açúcar a pessoas diabéticas...

*Cliente:* Aaaaaaaahhhhhhhhh!!!!!!!!!!!! Vou me atirar pela janela!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

*Telefonista:* E machucar o joelho? O Sr. mora no andar térreo...

## **SUGESTÃO DE ABORDAGEM:**

A proposta de redação apresenta um texto-base descontraído e interessante. A comissão organizadora optou pela mesma estratégia de trabalho do ano anterior, em que o candidato depreenderia o tema e a tese de trabalho a partir de um texto motivador (em 2005, os motivadores foram gráficos). Essa estratégia permite ao candidato liberdade no desenvolvimento do texto, o que pode ser muito produtivo.

De modo geral, o candidato deveria observar que, na situação-problema dada em "Encomendando uma pizza em 2010", o tema sugerido está na redação entre o domínio das tecnologias de informação (no caso representado pelo serviço de atendimento do tele-pizza) e a perda da privacidade dos clientes.

É interessante que o candidato:

- deixe bem delimitada sua perspectiva de análise (a tese formulada sobre tecnologia e liberdade);
- sustente sua tese, utilizando exemplos, situações, fatos que, inclusive, ultrapassem a ilustração dada no texto-base;
- reflita criticamente sobre o tema proposto já que a natureza do texto é argumentativa;
- use a variante padrão, como recomenda o tópico "C" das instruções.