HUMANAS





Disponível em: http://memorialdademocracia.com.br. Acesso em: 9 dez. 2018.

A capa do jornal A Vóz da Raça, da década de 1930, apresenta que o objetivo da Frente Negra Brasileira era:

- A Restringir as religiosidades.
- Padronizar as manifestações.
- Ressignificar o socialismo.
- Combater as discriminações.
- Publicizar o totalitarismo.

						112	- Q3)• 2 0	- / -	112	- 1	1 011		rcia.	500	.03			1 🔻		- RL	SOL	
			. *																	•			
_ C	UEST	ÃO 4	8 =	\smile	\smile	$\overline{}$	\sim	$\overline{}$	\sim	\sim	\sim	\sim	$\overline{}$	\sim	$\overline{}$	$\overline{}$	<u> </u>			$\overline{}$			
fo	omuni ontes (cativa de info	entre ormaç	e a so ão e a	ocied as va	ade iriada	sua l política s forn íticos	a e a	a civi le co	il é e muni	sseno cação	cial e	con: fluên ção e	stitutiv cia qu em um	va, na le os na so	ão ap cidad cieda	oenas dãos de de	s inev ativa emoc	ritáve m atr rática	el. As avés a.	múlti da mí	plas - idia, 	
— F	sse na	anel ex	cercido	o nelo	s me	ios de	e comi	ınica	cão f	avore	ece un	na tra									ova, n. 67,	2006.	
	-	tação		-					yao .					maya	0 4011	10010	arour o		.yuo	ao(a)			
6	inte	resse	de gr	upos	corpo	rativ																-	
		oluçã																				-	
							popula amenta															-	
							•																
	•	•		•	•	•	•		-			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
		·																					
	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
•	•	•	•		•	•	•				•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
-	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •		
					•										•	•				•			
	•	•	•	•	•	•		•		•	•	•	•		•	•		•	•	•	•		
							• •								•	•			•		•		
															•								
		,																					
	•	•	•	•	•			-		•	•		•	•	•	•			•	•	•		
								-					•	•	•	•							
							•							,					-				
	•	•	•	•	•		•	•		•		•	•	•	•	•	•		•	•	•		
															•								

A crítica é uma questão de distância certa. O olhar hoje mais essencial, o olho mercantil que penetra no coração das coisas, chama-se propaganda. Esta arrasa o espaço livre da contemplação e aproxima tanto as coisas, coloca-as tão debaixo do nariz quanto o automóvel que sai da tela de cinema e cresce, gigantesco, tremeluzindo em direção a nós. E, do mesmo modo que o cinema não oferece móveis e fachadas a uma observação crítica completa, mas dá apenas a sua espetacular, rígida e repentina proximidade, também a propaganda autêntica transporta as coisas para primeiro plano e tem um ritmo que corresponde ao de um bom filme.

BENJAMIN, W. Rua de mão única: infância berlinense – 1900. Belo Horizonte: Autêntica, 2013 (adaptado).

O texto apresenta um entendimento do filósofo Walter Benjamin, segundo o qual a propaganda dificulta o procedimento de análise crítica em virtude do(a)

- A caráter ilusório das imagens.
- evolução constante da tecnologia.
- aspecto efêmero dos acontecimentos.
- conteúdo objetivo das informações.
- natureza emancipadora das opiniões.



Tônico para a saúde da mulher. Disponivel em: www.propagandashistoricas.com.br. Acesso em: 28 nov. 2017.

O anúncio publicitário da década de 1940 reforça os seguintes estereótipos atribuídos historicamente a uma suposta natureza feminina:

- Pudor inato e instinto maternal.
- Fragilidade física e necessidade de aceitação.
- Isolamento social e procura de autoconhecimento.
- Dependência econômica e desejo de ostentação.
- Mentalidade fútil e conduta hedonista.

Questão 75 enemacer

Ó anúncio! Tu és a luz dos historiadores futuros. O anúncio é hoje em dia o rei das opiniões. O anúncio faz uma reputação. Um homem que não materializou seu nome num anúncio não é digno de figurar na lista de eleitores, nem de ter voto para membro de qualquer associação. O anúncio, esse agente do industrialismo, triunfa até mesmo nas límpidas esferas onde outrora reinava soberana a inspiração.

Novo Correio das Modas, ago.-set., 1854 apud MAUAD, A. M. Imagem e autoimagem do Segundo Reinado. In: ALENCASTRO, L. F. (Org.). História da vida privada no Brasil. São Paulo: Cia. das Letras. 1998.

Ao tratar da importância do anúncio no período oitocentista, o texto destaca o(a)

- a emprego do realismo como forma de superar a escrita rebuscada, imprópria à venda de produtos.
- papel crescente da publicidade como agente de transformação social na sociedade industrialista.
- politização dos meios de comunicação, utilizados como instrumento de manutenção da ordem social.
- padronização dos princípios sociais como resultado da massificação dos valores éticos da elite.
- utilização da propaganda como forma de difundir o consumo dos bens necessários à vida moderna.



Disponivel em: http://cpdoc.fgv.br. Acesso em: 6 dez. 2017.

Essa imagem foi impressa em cartilha escolar durante a vigência do Estado Novo com o intuito de

- A destacar a sabedoria inata do líder governamental.
- 3 atender a necessidade familiar de obediência infantil.
- promover o desenvolvimento consistente das atitudes solidárias.
- conquistar a aprovação política por meio do apelo carismático.
- estimular o interesse acadêmico por meio de exercícios intelectuais.

Questão 66

Em nenhuma outra época o corpo magro adquiriu um sentido de corpo ideal e esteve tão em evidência como nos dias atuais: esse corpo, nu ou vestido, exposto em diversas revistas femininas e masculinas, está na moda: é capa de revistas, matérias de jornais, manchetes publicitárias, e se transformou em sonho de consumo para milhares de pessoas. Partindo dessa concepção, o gordo passa a ter um corpo visivelmente sem comedimento, sem saúde, um corpo estigmatizado pelo desvio, o desvio pelo excesso. Entretanto, como afirma a escritora Marylin Wann, é perfeitamente possível ser gordo e saudável. Frequentemente os gordos adoecem não por causa da gordura, mas sim pelo estresse, pela opressão a que são submetidos.

VASCONCELOS, N. A.; SUDO, I.; SUDO, N. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. Revista Mal-Estar e Subjetividade, n. 1, mar. 2004 (adaptado).

No texto, o tratamento predominante na mídia sobre a relação entre saúde e corpo recebe a seguinte crítica:

- A Difusão das estéticas antigas.
- B Exaltação das crendices populares.
- Propagação das conclusões científicas.
- Reiteração dos discursos hegemônicos.
- G Contestação dos estereótipos consolidados.

O número cada vez maior de mulheres letradas e interessadas pela literatura e pelas novelas, muitas divulgadas em capítulos, seções, classificadas comumente como folhetim, alcou a um gênero de ficção corrente já em 1840, fazendo parte do florescimento da literatura nacional brasileira, instigando a formação e a ampliação de um público leitor feminino, ávido por novidades, pelo apelo dos folhetins e "narrativas modernas" que encenavam "os dramas e os conflitos de uma mulher em processo de transformação patriarcal e provinciana que, progressivamente, começava a se abrir para modernizar seus costumes". No Segundo Reinado, as mulheres foram se tornando público determinante na construção da literatura e da imprensa nacional. E não apenas público, porquanto crescerá o número de escritoras que colaboram para isso e emergirá uma imprensa feminina, editada, escrita e dirigida por e para mulheres.

ABRANTES, A. Do álbum de família à vitrine impressa: trajetos de retratos (PB, 1920), Revista Temas em Educação, n. 24, 2015 (adaptado).

O registro das atividades descritas associa a inserção da figura feminina nos espaços de leitura e escrita do Segundo Reinado ao(à)

- A surgimento de novas práticas culturais.
- 3 contestação de antigos hábitos masculinos.
- valorização de recentes publicações juvenis.
- circulação de variados manuais pedagógicos.
- aparecimento de diversas editoras comerciais.

Houve uma rede de televisão brasileira que conseguiu, com ousadia e exclusividade, uma entrevista com o presidente da Líbia, logo após o bombardeio de sua casa pela aviação estadunidense, em 1986. Foi constrangedor para Kadafi e para os telespectadores ouvir as perguntas: "O que o senhor sentiu quando percebeu o bombardeio? O que o senhor sentiu quando viu sua família ameaçada? O que o senhor achou desse ato dos inimigos?". Nenhuma pergunta sobre o significado do atentado na política e na geopolítica do Oriente Próximo; nenhuma indagação que permitisse furar o bloqueio das informações a que as agências noticiosas estadunidenses submetem a Líbia.

CHAUÍ, M. Simulacro e poder: uma análise da mídia. In: A ideologia da competência. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

O argumento levantado no texto é uma crítica ao papel da imprensa brasileira por

- A problematizar a narrativa dos acontecimentos históricos.
- dissimular a parcialidade dos conteúdos midiáticos.
- defender o partidarismo dos relatos jornalísticos.
- julgar a visão autoritária dos discursos oficiais.
- explorar a lógica bipolar dos eventos globais.

Questão 59

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas — desalojadas — de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem "flutuar livremente". Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Do ponto de vista conceitual, a transformação identitária descrita resulta na constituição de um sujeito

- altruísta.
- dependente.
- @ nacionalista.
- multifacetado.
- territorializado.

Questão 46 enempopo enempopo enempopo

O movimento sedicioso ocorrido na capitania de Pernambuco, no ano 1817, foi analisado de formas diferentes por dois meios de comunicação daquela época. O Correio Braziliense apontou para o fato de ser "a comoção no Brasil motivada por um descontentamento geral, e não por maquinações de alguns indivíduos". Já a Gazeta do Rio de Janeiro considerou o movimento como um "pontual desvio de norma, apenas uma 'mancha' nas 'páginas da História Portuguesa', tão distinta pelos testemunhos de amor e respeito que os vassalos desta nação consagram ao seu soberano".

JANCSÓ, I.; PIMENTA, J. P. Peças de um mosaico. In: MOTA, C. G. (Org.). Viagem Incompleta: a experiência brasileira (1500-2000). São Paulo: Senac, 2000 (adaptado).

Os fragmentos das matérias jornalísticas sobre o acontecimento, embora com percepções diversas, relacionam-se a um aspecto do processo de independência da colônia luso-americana expresso em dissensões entre

- quadros dirigentes em torno da abolição da ordem escravocrata.
- grupos regionais acerca da configuração políticoterritorial.
- intelectuais laicos acerca da revogação do domínio eclesiástico.
- homens livres em torno da extensão do direito de voto.
- elites locais acerca da ordenação do monopólio fundiário.

Questão 89 enem 2020enem 2020enem 2020

No Brasil, após a eclosão da Bossa Nova, no fim dos anos 1950 — quando efetivamente a canção popular começou a ser objeto de debate e análise por parte das elites culturais — desenvolveram-se duas principais vertentes interpretativas da nossa música: a vertente da tradição e a vertente da modernidade, dualismo que não surgiu nesta época e nem se restringe ao tema da produção musical. Desde pelo menos 1922, a tensão entre "tradicional" e "moderno" ocupa o centro do debate político-cultural no país, refletindo o dilema de uma elite em busca da identidade brasileira.

ARAÚJO, P. C. Eu não sou cachorro, não. Rio de Janeiro: Record, 2013.

A manifestação cultural que, a partir da década de 1960, pretendeu sintetizar o dualismo apresentado no texto foi:

- A Jovem Guarda, releitura do rock anglófono com letras em português.
- Samba-canção, combinação de ritmos africanos com tons de boleros.
- Tropicália, junção da música pop internacional com ritmos nacionais.
- Brega, amostra do dia a dia dos setores populares com temas românticos.
- Cancioneiro caipira, retrato do cotidiano do homem do campo com melodias tristes.

Questão 78 ensmaozi

Nos setores mais altamente desenvolvidos da sociedade contemporânea, o transplante de necessidades sociais para individuais é de tal modo eficaz que a diferença entre elas parece puramente teórica. As criaturas se reconhecem em suas mercadorias; encontram sua alma em seu automóvel, casa em patamares, utensílios de cozinha.

MARCUSE, H. A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional.

Rio de Janeiro: Zahar. 1979.

O texto indica que, no capitalismo, a satisfação dos desejos pessoais é influenciada por

- políticas estatais de divulgação.
- incentivos controlados de consumo.
- prescrições coletivas de organização.
- mecanismos subjetivos de identificação.
- g repressões racionalizadas do narcisismo.

Durante o Estado Novo, os encarregados da propaganda procuraram aperfeiçoar-se na arte da empolgação e envolvimento das "multidões" através das mensagens políticas. Nesse tipo de discurso, o significado das palavras importa pouco, pois, como declarou Goebbels, "não falamos para dizer alguma coisa, mas para obter determinado efeito".

CAPELATO, M. H. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, D. (Org.). Repensando o Estado Novo. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

- O controle sobre os meios de comunicação foi uma marca do Estado Novo, sendo fundamental à propaganda política, na medida em que visava
- Conquistar o apoio popular na legitimação do novo governo.
- ampliar o envolvimento das multidões nas decisões políticas.
- aumentar a oferta de informações públicas para a sociedade civil.
- estender a participação democrática dos meios de comunicação no Brasil.
- alargar o entendimento da população sobre as intenções do novo governo.

Apesar da grande distância geográfica em relação ao território japonês, os otakus (jovens aficionados em cultura pop japonesa) brasileiros vinculam-se socialmente hoje em eventos e a partir de uma circulação intensa de mangás, animes, games, fanzines, j-music (música pop japonesa). O consumo em escala mundial dos produtos da cultura pop — enfaticamente midiática — produzida no Japão constitui um momento histórico em que se aponta a ambivalência sobre o que significa a produção midiática e cultural quando percebida no próprio país e como a percepção de tal produção se transforma radicalmente nos olhares de consumidores estrangeiros.

GUSHIKEN, Y.; HIRATA, T. Processos de consumo cultural e midiático: imagens dos otakos, do Japão ao mundo. Intercom – RBCC, n. 2, Jul.-dez. 2014 (adaptado).

Considerando a relação entre meios de comunicação e formação de identidades tal como é abordada no texto, a noção que explica este fenômeno na atualidade é a de

- A tribalismo das culturas juvenis.
- alienação das novas gerações.
- hierarquização das matrizes culturais.
- passividade das relações de consumo.
- deterioração das referências nacionais.

GABARITO H21 1 - D 4 - B 6 - D 7 - E 10 - D 2 - D 3 - A 5 - B 8 - A 9 - B 11 - B 15 - A 12 - C 13 - D 14 - A