HUMANAS



Nº1 - Q79:2018 - H21 - Proficiência: 584.68

QUESTÃO 79



Tônioo para a caúde 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.

Nº2 - Q81:2018 - H21 - Proficiência: 586.59

QUESTÃO 81



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.
- 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.

Nº3 - Q75:2021 - H21 - Proficiência: 591.34

Questão 75 enemacon

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.

Nº4 - Q66:2019 - H21 - Proficiência: 593.48

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.

N°5 - Q59:2019 - H21 - Proficiência: 611.81

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.

Nº6 - Q46:2020 - H21 - Proficiência: 624.5

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.

Nº7 - Q89:2020 - H21 - Proficiência: 646.6

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.

Nº8 - Q78:2021 - H21 - Proficiência: 665.58

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. repressões racionalizadas do narcisismo.	
	-
	-
	-
	-

Nº9 - Q66:2018 - H21 - Proficiência: 732.11

QUESTÃO 66

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 1	· • · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	1 1		* 1 1	1 1	1 1 1	1 1	1	
1 - B	2 - D	3 - B	4 - E	5 - D	6 - B	7 - C	8 - D	9 - A		
									-	
			•	•	•		•		•	
			• • •	•				•	-	
									-	
									-	
•	•	• • •	• •	•	•	•	•	•	-	
					•					
			•							
									-	
									-	
				•					-	
		•		•	•	•		• • •	-	
					8 8					