

Não existe um caminho para a paz, a paz é o caminho. (Mahatma Gandhi)

Instruções ao candidato

- Verifique se este caderno contém:
 - Prova de REDAÇÃO - enunciadas duas propostas;
 - Prova de LÍNGUA ESTRANGEIRA - enunciadas doze questões de Língua Espanhola, doze de Língua Francesa e doze de Língua Inglesa numeradas, respectivamente, de 1 a 12 (responda às questões referentes à língua estrangeira pela qual tenha optado).
- Se este caderno não contiver integralmente o descrito no item anterior, notifique imediatamente ao fiscal.
- Além deste caderno, você deverá ter recebido o cartão destinado às respostas das questões de língua estrangeira; caso não tenha recebido o cartão, peça-o ao fiscal.
- Verifique se seu nome, número de inscrição e opção de língua estrangeira conferem com os que aparecem no **CARTÃO DE RESPOSTAS**; em caso afirmativo, assine-o e leia atentamente as instruções para o seu preenchimento; caso contrário, notifique imediatamente ao fiscal.
- Na prova de língua estrangeira, cada questão proposta apresenta cinco alternativas de resposta, sendo apenas uma delas a correta. No cartão de respostas, atribuir-se-á pontuação zero a toda questão com mais de uma alternativa assinalada, ainda que dentre elas se encontre a correta.
- No espaço reservado à identificação do candidato, além de assinar, preencha com seu número de inscrição e nome, os campos respectivos.
- Não é permitido portar material que sirva para consulta, nem copiar as alternativas assinaladas no cartão de respostas.
- O tempo disponível para esta prova, incluindo o preenchimento do cartão de respostas, é de três horas.
- Reserve os dez minutos finais para preencher o cartão de respostas, usando lápis com grafite preto ou caneta esferográfica de ponta média com tinta azul ou preta (preferencialmente, com tinta azul).
- Quando terminar, entregue ao fiscal este **CADERNO DE QUESTÕES** e o **CARTÃO DE RESPOSTAS**, devidamente assinados. Tanto a falta de assinatura, quanto a assinatura fora do local apropriado ou qualquer informação que o identifique, poderá invalidar sua prova.
- Certifique-se de ter assinado a lista de presença.

Você deverá permanecer no local de realização das provas por, no mínimo, noventa minutos.

AGUARDE O AVISO PARA INICIAR SUA PROVA

[illegible]

INSTRUÇÕES

- Ao desenvolver o assunto é indispensável:
 - inter-relacionar idéias e argumentos;
 - expressar-se com vocabulário apropriado e em estruturas lingüísticas adequadas e bem articuladas;
 - escrever com **letra legível**;
 - produzir um texto **em prosa** com, no mínimo, 20 e, no máximo, 25 linhas, em modalidade e limites solicitados;
- A redação vale dez pontos.

Nas páginas 4 e 5 deste caderno você encontrará duas propostas de redação.

ESCOLHA **APENAS UMA** DAS PROPOSTAS.



PROPOSTA 1

- A) Leia o cartum de Juarez Machado, reproduzido ao lado, como ponto de partida para o desenvolvimento do seu texto e reflita sobre as múltiplas possibilidades de interpretação que sugere.
- B) Dê um título ao cartum de modo que traduza o assunto a ser desenvolvido.
- C) Faça um resumo, de até três linhas, do assunto que você escolheu.
- D) Redija o texto de acordo com o **título** e o assunto contido no **resumo** que você escreveu. A modalidade pode ser predominantemente narrativa, descritiva ou dissertativa, conforme sua preferência.

MACHADO, Juarez. Jornal do Brasil, 1972.

A escolha de objetos de uso pessoal e de decoração revela, quase sempre, a maneira de ser de cada pessoa no mundo em que se insere.

- A)** Leia a matéria “OLHO NO OLHO”, como ponto de partida para o desenvolvimento do seu texto e reflita sobre as múltiplas possibilidades de interpretação que sugere.
- B)** Dê um título à sua redação de modo que traduza o seu ponto de vista sobre o assunto que você depreendeu.
- C)** Faça um resumo, de até três linhas, do assunto que você vai desenvolver.
- D)** Redija o texto de acordo com o **título** e o assunto contido no **resumo** que você escreveu. A modalidade pode ser predominantemente narrativa, descritiva ou dissertativa, conforme sua preferência.



Olho comprido, olho-de sogra, olho-grande, olho de ressaca, olhos de lince. Qualquer que seja seu tipo, fique de olho na tendência do momento na moda e na decoração que se inspira nas janelas da alma cantadas em verso e prosa. As estilistas Isabela Capeto e Alessandra Migani têm olho clínico e já estamparam o visual em seus modelos, mas até mesmo miradas selvagens nos espreitam nas louças da marca Vista Alegre. Então, não faça vista grossa: pense nos olhos sedutores de Elizabeth Taylor, Paul Newman e Chico Buarque e invista nessa onda.

RASCUNHO:

5

10

15

20

25

PROPOSTA Nº _____

nº do 1º avaliador	
nº do 2º avaliador	

TÍTULO: _____

RESUMO:

5

10

15

20

25

Rascunho



Texto I CAFÉS DE MADRID

A finales del siglo XIX por Madrid se extendían los cafés como ahora se extienden los bancos. La costumbre de tomar café en un lugar público especialmente diseñado para ello comenzó en Viena puede que hacia el siglo XVIII o quizá antes, pero en seguida se aclimató perfectamente en el sur de Europa, debido fundamentalmente al buen clima, que permitía la existencia de las célebres “terrazas” a lo largo de casi todo el año.

En Madrid como en otras muchas ciudades de Europa, los cafés han servido, sin embargo, para mucho más que para deleitarse con una taza de humeante café. En efecto, casi desde el principio estos locales públicos se convirtieron en auténticos “mentideros”, cuevas de conspiradores y ateneos culturales. En Madrid – y en toda España – dieron lugar a un fenómeno, entre lo cultural y el vulgar chismorreio, quizá único, al que se dio el nombre de tertulia.

De aquellos cafés, de aquellas tertulias (entre las que no fueron menos famosas las centradas en el mundo de la tauromaquia, en una época en que aún intelectuales y artistas no se dedicaban a censurar y denigrar la llamada fiesta nacional), no queda más que el recuerdo o en su caso un banco o caja de ahorros. Tan sólo uno de estos cafés literarios madrileños ha sobrevivido a la voracidad de la piqueta o a la de la especulación: el Café Gijón.



<http://www.arrakis.es/~tiazeg/rest-madrid.html>.

Consulta: 12/08/03

01

El hecho de que los bancos han sustituido a los Cafés de Madrid evidencia que:

- (A) la vida urbana es menos movida y siempre queda tiempo para frecuentar un café;
- (B) los bancos pasaron a cumplir la función de los cafés;
- (C) la gente se ocupa mucho más de lo económico que del encuentro entre las personas;
- (D) la gente ya no se molesta en acceder a los bancos;
- (E) los bancos y los cafés siempre han estado disputando espacio.

02

La importancia de Viena respecto a los cafés se da porque:

- (A) el público puede, ahí, observar telas especiales, además de tomar café;
- (B) en Viena, los cafés son lugares adonde la gente va nomás que en las noches de buen clima;
- (C) sin lugar a dudas, la capital de Austria inauguró su primer café público ya en el siglo XIX;
- (D) en Europa, Viena sigue siendo la única ciudad donde los cafés se diseñan especialmente para ello;
- (E) allí empezó el hábito de tomarse café en establecimientos públicos, proyectados para ese fin.

03

El texto pone de relieve el Café Gijón, en el tercer párrafo, porque:

- (A) es el sobreviviente de los cafés literarios madrileños, ya que los otros no son más que recuerdo o los transformaron en establecimientos bancarios;
- (B) allí, la gente sigue mintiendo como en la literatura, pues intelectuales y artistas son siempre censurados;
- (C) es el café madrileño por excelencia una vez que sirve de lugar de encuentro a los que se dedican a censurar y denigrar la literatura española;
- (D) no hay más lugar para tertulias y beber una taza de café es lo único que resta a aquellos que se dedican a la tauromaquia;
- (E) la especulación inmobiliaria transformó el único café literario de Madrid en una caja de ahorros.

04

El texto sugiere que la tertulia en los cafés es una reunión en la que:

- (A) las personas se quedan en espera de que alguien les hable sobre asuntos oportunos;
- (B) se da el encuentro entre la gente que charla de los más variados temas;
- (C) no se discuten más que cuestiones históricas;
- (D) el futuro de los cafés y bancos es el tema central;
- (E) se encuentran gentes comunes a las que no les gusta la literatura.

Texto II

– ¿Sabe? Recuerdo que había un café con puertas giratorias. Se llamaba el Hispano Exprés. Yo iba algunos sábados por allí. La primera vez me llevó mi padre. Había muchos artistas e intelectuales y se pasaban toda la tarde hablando. Claro, que yo nunca entré.

–Y ¿por qué no? – preguntó intrigado Gregorio.

- 5 –No me atrevía. Pero miraba por los cristales. Mirábamos siempre cuatro o cinco. Había una tertulia, con espejos a los lados. El maestro se ponía junto a la columna y la gente le hacía un alrededor. Me acuerdo también de un bodegón con frutas y perdices, y de un filósofo muy flaco, con los dientes de oro. Un fenómeno.

–Y ¿por qué no entraba?

- 10 –¿Como iba a entrar? Yo era muy joven y estaba estudiando. Estudiaba por mi cuenta el bachiller. Y claro, compréndame, no me sentía con derecho a entrar, hubiera sido un intruso. Dése cuenta que allí todos eran universitarios o con carrera, y se conocían. Y además el maestro preguntaba a veces. Era como un club. Y había otros – prosiguió tras una pausa – que no se atrevían a entrar ni a espiar. Entrar les parecía demasiado, y espiar muy poco, así que se paseaban por la acera como si
- 15 todo aquello no fuese con ellos. A los que espiábamos nos miraban con lástima, y a los que entraban con envidia, o por lo menos eso me parecía a mí. Y recuerdo también que los sofás eran rojos.

LANDERO, Luis. *Juegos de la Edad Tardía*. 5ª ed. Barcelona: Tusquets, 1997, p. 116

05

Por la conversación entre los personajes se concluye que:

- (A) los cafés literarios, como el Hispano Exprés, no son lugares democráticos porque prohíben la entrada a los estudiantes;
- (B) el café Hispano Exprés era un club y por ello estaba permitida la entrada apenas a los socios y el personaje no tenía aún edad suficiente para serlo;
- (C) los estudiantes del bachiller, aunque no fueran jóvenes, no podían frecuentar el Hispano Exprés porque no sabían contestar a las preguntas del maestro;
- (D) el café era un lugar reservado a aquellos que ya tenían su carrera o eran estudiantes universitarios, por lo tanto, la tertulia era un privilegio de algunos;
- (E) un joven estudiante universitario sería un intruso si entrara al Hispano Exprés porque aquel club estaba reservado a los que tenían su carrera.

06

Las expresiones “¿sabe?” (línea 1), “compréndame” (línea 11) y “Dése cuenta” (líneas 11 - 12), marcas del coloquio, sirven para:

- (A) negar el conocimiento de Gregorio respecto a la conversación;
- (B) distraer la atención del oyente;
- (C) asegurar la atención de Gregorio, el interlocutor;
- (D) impedir la interacción de Gregorio en la conversación;
- (E) alejar al hablante de la charla.

07

Comparándose el texto II al anterior, se encuentra una identidad entre ellos porque ambos:

- (A) se refieren a la tertulia como actividad cultural propia de un café;
- (B) explican la transformación de los cafés literarios en bancos;
- (C) confirman la muerte del fenómeno cultural español nacido en los cafés literarios y conocido como tertulia;
- (D) dan a conocer que los cafés literarios de Madrid eran y siguen siendo lugares donde todos participan de tertulias literarias;
- (E) aclaran la diferencia que hay entre los cafés literarios madrileños y los de otros países europeos.

Texto III

ALGO MÁS

Una nueva modalidad, surgida hace pocos años, son librerías que han destinado parte del local a cafeterías o cafeterías que han destinado parte del local a librerías.

Quizás son sucesoras de aquellas reuniones que se realizaban en librerías céntricas, como la de los **Hermanos Moén** en el NE de Florida y Sarmiento. Aunque aquellas reuniones eran más habituales en las *de viejo* que, hasta los años cincuenta y con naturales limitaciones de comodidades, era un lugar para que los amigos tomaran el cafecito que brindaba la humilde cafetera cuyo protagonismo vuelve a aparecer.

Una librería de viejo es el geriátrico de todo tipo de libros: de todas las épocas, de todos los temas y en todos los estados de conservación. Algunos consiguen un nuevo dueño, pero la mayoría quedan olvidados en el rincón de un anaquel o en el fondo de una *góndola*.

Las frecuentan desde un paseante que busca quién sabe qué y resuelve sin ver, para, finalmente comprar el que no necesita, hasta el bibliófilo que concurre con la esperanza de descubrir el raro ejemplar que le pasó desapercibido al dueño, hecho que, increíblemente, sucede y que no es obstáculo para que ambos lo festejen con un cafecito.

Adaptado de Buenos Aires: *Los Cafés. Sencilla Historia*. Buenos Aires: Librerías Turísticas, 1999 p. 63-65.

08

El primer párrafo resalta que:

- (A) la nueva modalidad de cafés es una exclusividad de la cultura argentina;
- (B) los nuevos cafés no rompieron con la tradición de los llamados cafés literarios;
- (C) el nuevo modelo de cafés ya no se preocupa con lo cultural;
- (D) la tradición de cafeterías y librerías tiene sus días contados;
- (E) la novedad en los cafés consiste en ser, a la vez, cafetería y librería.

09

Según el último párrafo, frecuentan las *librerías de viejo*:

- (A) aficionados al café y peatones distraídos
- (B) compradores casuales y coleccionistas de libros raros
- (C) lectores aficionados y coleccionistas anticuados
- (D) ancianos llenos de esperanza y lectores de libros agotados
- (E) jóvenes estudiantes y dueños de librerías

10

En “que le pasó desapercibido al dueño” (línea 13), lo subrayado indica una:

- (A) reciprocidad
- (B) indagación
- (C) hesitación
- (D) reiteración
- (E) concomitancia

Texto IV



MAITENA. *Superadas 1*. Buenos Aires: de la Flor, 2003, p. 76

11

La viñeta de la conocida humorista argentina expresa:

- (A) que los restaurantes son establecimientos públicos adonde acuden las parejas cuando necesitan dialogar;
- (B) una crítica a la primacía del celular respecto a la mujer allí presente;
- (C) la costumbre que tienen los mozos argentinos de sentarse con sus clientes;
- (D) la modernidad de los hombres que van a restaurantes para proponer negocios financieros desde un móvil;
- (E) que los restaurantes dejan de ser establecimientos comerciales propicios a encuentros culturales.

12

Leyendo los cuatro textos en su secuencia, hay la posibilidad de comprenderlos de la siguiente manera:

- (A) los tres primeros muestran los cafés como espacio de encuentro, mientras el último subraya el desencuentro entre personas;
- (B) los cuatro textos resaltan los cambios sufridos en las cafeterías como consecuencia de lo tecnológico;
- (C) el tema de la tertulia está presente en cada uno de los textos;
- (D) todos los textos apuntan para la relación entre café y literatura;
- (E) los dos primeros hablan de la muerte de una tradición europea, mientras los dos últimos valoran los cafés argentinos.

Texte

Ces objets qui nous gouvernent 1953-1999

Entre 1953 et 1999, ceux qu'on appelle froidement les "biens de consommation" ont ponctué notre vie. Plus que l'expression d'un simple désir de possession, ils marquent une évolution de la société et de ses aspirations. Ils répondent à de nouvelles définitions de la beauté, de la recherche d'efficacité, de la conscience de soi. Selon le sociologue Jean-Claude Kaufmann, chaque décennie

5 se distingue par un courant majeur. Ainsi les années 50 sont celles de la modernisation, marquées par l'arrivée du robot à la cuisine et du lave-linge dans la salle de bains. Les années 60 incarnent la "fringale" des Français pour la consommation. Dans les réclames de l'époque, la ménagère est présentée rayonnante, entourée d'appareils électroménagers et d'un réfrigérateur.

Vient 1968. La soif d'achats commence à être épanchée et les valeurs relatives au monde de

10 la maison sont au plus bas. Dans les années 70, la vraie vie est ailleurs. Vacances et loisirs font partie des nouvelles préoccupations. Il faudra attendre la fin des années 80 pour que les intérieurs soient de nouveau au goût du jour. Hommes et femmes découvrent alors la décoration avec délectation et y associent volontiers la notion de confort. La maison: rien de plus important. Espace d'identification autant que de protection, elle devient une seconde peau. Elle doit nous correspondre,

15 offrir un havre de paix loin de la pression du monde du travail. Bien sûr, les technologies récentes y ont leur place, mais sans abus. Le progrès, credo du début du siècle, inspire maintenant une certaine crainte. A bas les complications techniques. L'homme cherche à agir simplement, à utiliser son intuition. La machine doit seulement servir à gagner du temps. Pour en faire quoi? Des choses qui prennent justement un temps fou: mijoter un bon petit plat, bêcher son jardin ou exprimer ses

20 talents d'artiste bricoleur. Tout cela pour le plaisir. Un retour au bonheur simple. Ce qui était encore obligation il y a cinquante ans est devenu un luxe. Et éloigné cette fois de toute considération financière.

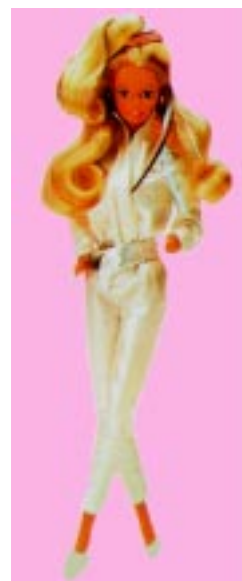
Judith Benhamou-Huet, avec la collaboration de Jonathan Wyplosz

Barbie ou le rêve de beauté des petites filles

25 (poupée Barbie, 1959)

Barbie promène sa provocante poitrine et ses cheveux interminables dans 96% des chambres des petites Françaises. Un milliard d'exemplaires de Barbie ont été vendus à travers le monde. Le secret de sa réussite? Une poupée femme à la vie trépidante qui, aux yeux des futures demoiselles,

30 remplace avantageusement les éternels poupons. Le concept a d'ailleurs été inventé par Ruth Handler, l'épouse du cofondateur de Mattel, en observant le désintérêt de sa fille pour ses baigneurs.



Etre beau, c'est aussi sentir bon (déodorant Narta, 1969)

- 35 Dis-moi ce que tu sens, je te dirai qui tu es. L'odeur fait partie intégrante de l'identité de chaque individu. En cette fin de siècle, l'aseptisation est montrée comme l'une des vertus fondamentales - une marque de cosmétiques n'a-t-elle pas choisi de s'appeler Clinique? Les exhalaisons naturelles sont considérées comme des tares aux yeux de l'homme de la ville. Et l'époque s'évertue à désodoriser plus qu'à parfumer. Le déodorant est un standard de la vie quotidienne grâce à L'Oréal, qui, dès 1969, lance Narta Cologne, le premier modèle vendu en grande surface.



Etre libre de jeter

(la pointe Bic, 1953; le briquet Bic, 1973; le rasoir Bic, 1975).



- 45 Au pays de la grande consommation, le produit jetable est roi. Précurseur en la matière, la pointe Bic a été mise en circulation en 1953 par un Français, le fameux baron Bich. Aujourd'hui, 14 millions de ces stylos à bille à étui cristal sont vendus chaque jour dans le monde. Ses petits frères le 50 briquet (1973) et le rasoir jetable Bic (1975) sont devenus eux aussi de grands classiques.



Etre libre, c'est consommer

(le premier Caddie, 1957; la première carte de crédit Carte bleue, 1971)

- Quelle est la sortie préférée des Français chaque samedi après-midi?
- 55 Une balade en forêt? Une visite de musée? Non, c'est une virée au supermarché. Ces monstres de la distribution qui prolifèrent depuis les années 60 constituent les vitrines du bonheur par la consommation "J'achète, donc je suis". Symbole de l'abondance, le chariot, Caddie pour les intimes, est mis en circulation en France en 1957 par une société alsacienne, la firme Joseph. Au client ensuite de s'assurer de ne pas avoir oublié sa carte de crédit. C'est elle qui permet de consommer, même lorsque les fonds sont au plus bas.



La liberté dans l'apparence

(les Nike: premières Nike, 1963; Nike Air, 1985)



- 65 C'est en 1963 qu'un certain M. Knight créa une firme spécialisée dans la chaussure de sport. Mais elle doit sa prospérité à Michael Jordan, footballeur américain de l'équipe des Chicago Bulls, qui, en 1985, associa son nom au modèle des Nike Air et donna à tous les gosses des cités une bonne raison d'en porter. Depuis, ces chaussures à semelle de caoutchouc et à lamelles de Nylon ont connu une carrière fulgurante. Elles sont devenues un symbole, toutes classes sociales

confondues, de non-conformisme et de décontraction: il est de bon ton de porter une robe du soir avec des Nike dernier modèle.

01

Le titre du texte ("Ces objets qui nous gouvernent") suggère que:

- (A) dans le discours publicitaire, on reconnaît souvent un ton impérialiste
- (B) par leur comportement, les individus ne sont pas du tout influencés par les objets qu'ils créent
- (C) le développement de la technologie nous empêche de profiter des avantages du progrès matériel
- (D) les gens ont tendance à ne plus acheter de nouveaux produits
- (E) rendus indispensables, des objets de la vie quotidienne ont acquis un grand pouvoir auprès des consommateurs

02

Dans le premier paragraphe, il est question:

- (A) du désir de possession de l'homme vivant dans le monde industrialisé
- (B) de l'évolution des modes de vie et des valeurs de la société
- (C) de la baisse du pouvoir d'achat du consommateur moyen
- (D) de la crise de la société de consommation en période de mondialisation
- (E) de la froideur de l'homme contemporain face aux objets qu'il a conçus

03

Le portrait décrit par le passage "Dans les réclames de l'époque, la ménagère est présentée rayonnante, entourée d'appareils électroménagers et d'un réfrigérateur" (lignes 7-8) représente:

- (A) une femme heureuse d'avoir les nouveaux produits dont elle a besoin
- (B) une consommatrice rendue méfiante par la prolifération des biens
- (C) une adolescente audacieuse en quête d'aventures
- (D) un groupe de dames assises autour d'appareils électroménagers
- (E) une jeune fille entourée de biens qu'elle ne songe pas à acheter

04

La phrase "Dans les années 70, la vraie vie est ailleurs" (ligne 10) veut dire que:

- (A) le vrai bonheur se trouve chez soi
- (B) on se consacre davantage aux mythes et à la religiosité
- (C) on a tendance à passer la plupart du temps libre à faire des courses
- (D) la maison perd ses valeurs symboliques au profit des vacances et des loisirs
- (E) on ne peut pas aspirer à la vraie vie dans ce monde

05

Dans les années 80 (lignes 11-22), la machine:

- (A) ne cesse de renforcer la crainte des discours féministes
- (B) amène l'homme à refuser définitivement la technologie et le confort de la vie moderne
- (C) rendant l'homme plus libre lui permet l'accès aux plaisirs de la vie domestique
- (D) socialise les méfaits de l'industrialisation
- (E) met radicalement fin aux valeurs individuelles

06

D'après le texte (lignes 28-30), la réussite de Barbie s'explique surtout par:

- (A) le croissant intérêt des petites filles pour leurs poupons
- (B) le style de femme provocante et dynamique qu'elle a su incarner
- (C) ses jolis cheveux courts et sa taille ronde
- (D) son tempérament timide et son regard sauvage
- (E) sa ressemblance avec toutes les petites filles occidentales

07

"Et l'époque s'évertue à désodoriser plus qu'à parfumer" (ligne 40). Cela veut dire qu'en cette fin de siècle:

- (A) on préfère les odeurs naturelles malgré la standardisation du déodorant
- (B) les parfums français se vendent autant que les déodorants
- (C) l'aseptisation a été négligée par les campagnes publicitaires
- (D) on valorise plus les déodorants que les parfums
- (E) les cosmétiques constituent un obstacle incontournable à la libération de la femme

08

"Au pays de la grande consommation, le produit jetable est roi" (lignes 45-46). Le mot 'jetable' fait penser:

- (A) à un produit fragile
- (B) à un produit dont la validité est illimitée
- (C) à un produit inutile dans la vie quotidienne
- (D) à un produit unique et très spécial dans son genre
- (E) à un produit dont on peut se débarrasser après usage

09

Dans le passage "symbole de l'abondance, le chariot, **Caddie pour les intimes**, est mis en circulation en France en 1957..." (lignes 58-60), la séquence soulignée se réfère à l'objet "chariot" pour:

- (A) le dénommer autrement
- (B) en présenter une caractéristique
- (C) en indiquer un défaut
- (D) le décrire brièvement
- (E) montrer son mode de fonctionnement

10

Selon le texte (lignes 60-62), de nos jours la carte de crédit permet au consommateur:

- (A) de ne pas payer les produits consommés
- (B) de faire des achats, sans avoir de l'argent sur son compte
- (C) de louer des Caddies lorsqu'il va au supermarché
- (D) d'être heureux sans rien devoir à personne
- (E) de se balader en forêt et en ville

11

“J’ achète, donc je suis” (ligne 58) donne à entendre:

- (A) que dépenser son argent, c’est un signe de résistance à la consommation
- (B) qu’acheter des objets éveille le sentiment de culpabilité chez les êtres
- (C) que plus on achète, plus on éprouve du mal à vivre
- (D) qu’acheter des biens de consommation confère à l’homme le sentiment d’exister
- (E) que consommer fait naître le sentiment de solidarité chez l’homme

12

De nos jours, la mode des chaussures de sport (lignes 65-73) s’associe:

- (A) à l’une des étapes d’une carrière fulgurante
- (B) au déclin du football nord-américain
- (C) au besoin de s’habiller correctement à l’occasion des réunions formelles
- (D) à un comportement vestimentaire démodé
- (E) à une façon d’être détendue et peu conventionnelle

Rascunho

The texts below picture our country from three different perspectives: sports, culture and science. Read them carefully and answer the questions that follow each one.

TEXT I

Capoeira in football: an extra edge

We all know about Brazil's football ability. They've won the World Cup five times. But is there something else in their culture that gives them an extra edge to produce all those world-beating skills? Capoeira, a martial art developed by the slaves, is a foot-fighting technique disguised as a dance. Presenter Alex Bellos discovers a football club who claim to have had huge success using capoeira in their training regime.



ALMIR MONTEIRO, football manager, Astero FC: England was beating Brazil by one to nil and, suddenly, Ronaldinho, who was marked by Cole, ran through the midfield to the penalty area. Cole went with him. Ronaldinho used a move known in football as a *feint*, but in capoeira it's called *explosion*. This move was fundamental, and it's a situation typical of capoeira.

We won the Bahia State Cup, The Junior Bahian Championship. We won international tournaments in France, in the United States, in Argentina. That was the result of our training with capoeira. It's a new methodology for football.

Adapted from BBC Languages/ Brazil/ inside out/Salvador de Bahia.

01

Among the alternatives below, choose the one which, according to text I, represents the most striking feature of Brazilian football.

- (A) The new methodologies used by most Brazilian football managers;
- (B) Brazilian footballers' moves, which are similar to a popular Brazilian foot-fighting technique;
- (C) Talented players like Ronaldinho;
- (D) The number of national tournaments Brazilian football has won;
- (E) A move known as a "feint".

02

Indicate below the pair of terms which does **NOT** express an equivalence in the text.

- (A) Training with capoeira = a new methodology for football
- (B) Feint = explosion
- (C) Capoeira = a foot-fighting technique
- (D) Bahia State Cup = International Championship
- (E) Astero FC = A Bahian Football club

03

The word **disguised** in "... a foot-fighting technique disguised as a dance" (line 8) implies that:

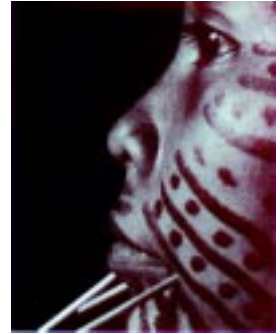
- (A) capoeira is a fight technique now used in football;
- (B) a foot-fighting technique is good for dancing;
- (C) capoeira resembles a dance, but it is actually a fight;
- (D) capoeira looks like a martial art but it is supposed to be a dance;
- (E) every martial art is expected to be like a dance.

Text II

PORTRAIT OF A TRIBE

The Yanomami are one of the last Brazilian indigenous tribes living in relative isolation in the rain forests of the Venezuela-Brazil border. They are a spiritual people who look to all-powerful shamans to cure them of illness, protect them from predators and watch over the forests and crops. The shamans evoke their visions through the spoken word; there are no drawings, no carvings, no sculptures, anywhere. They are a culture without images.

Until now. When Hervé Chandès, director of the Cartier Foundation of Contemporary Art in Paris, became aware of the Yanomami a few years ago, he was intrigued by the concept of a society that didn't represent itself through visual art. So he enlisted a dozen artists to interpret the Yanomami



culture through photography, sculpture, painting and video installations. The result is "Yanomami: The Spirit of the Forest," a compelling exhibition that captures the essence of the tribe's culture through bold contemporary artistic expression.

Some of the artists involved found their views profoundly changed by the experience. Raymond Depardon, a photographer, accompanied the Yanomami on hunting trips. He says: "What an experience! The hunters – how they moved! Such elegance. I concluded that they aren't as primitive and we aren't as rich as we think. In fact, they are richer and we are more primitive than we think."

Adapted from Newsweek, July 14, 2003

04

Text II is divided into three central thematic units. They are:

- (A) The Yanomami culture; the exhibition in Paris; the artists' views and experiences with the Yanomami;
- (B) The Yanomami art; the Cartier Foundation in Paris; the photographer's experience;
- (C) The Yanomami visual culture; The Spirit of the Forest; the artist's visual experience;
- (D) The Yanomami shamans; Chandès' exhibition in Paris; the photographer's trips;
- (E) The Yanomami's diseases; the Yanomami exhibition in Paris; the photographer's rich but primitive culture.

05

The expression "Until now", at the beginning of the second paragraph, implies:

- (A) exemplification
- (B) doubt
- (C) consequence
- (D) cause
- (E) contrast

06

Hervé Chandès decided to gather artists to interpret the Yanomami culture because:

- (A) few cultures are represented through visual art;
- (B) he was surprised at the lack of visual representation in the Yanomami culture;
- (C) the Yanomami often represent their world through visual art;
- (D) some artists wanted to develop a relationship with the shamans;
- (E) the shamans are known to capture the essence of the Yanomami culture.

07

Raymond Depardon's experience led him to think that:

- (A) the Yanomami culture is not as rich as one may believe;
- (B) the Yanomami are not a rich and primitive culture;
- (C) all indigenous tribes have richer cultures;
- (D) the Yanomami are not as primitive as it may be assumed;
- (E) Yanomami hunters enjoy their hunting trips.

Text III

COOKING UP A CARROT

Thanks to some stubborn scientists, agronomists and farmers, Brazil is turning some of the most inhospitable regions of the tropics into a cornucopia.

Much of the credit goes to the government-run agricultural-research company, Embrapa, whose boldest work to date has been the handsome Alvorada carrot.

- 5 In the steamy tropics, a carrot's life is short and drab. Those that survive the summer come up knobby (due to a carrot disease) and tinged green. After experimenting for two decades, Embrapa's garden-vegetable division came up with the Alvorada carrot that grows fat and straight, and consistently orange in color. But the Alvorada is not all good looks. It was built to withstand
- 10 diseases and pests that prosper in the heat and humidity of the tropics. And it has 35 percent more carotenoids (a vitamin A precursor) than varieties planted elsewhere in Latin American.

- When Embrapa launched the carrot in 2000, scientists thought it would sweep the market. It hasn't. The Alvorada is cheaper than imported carrots, but far
- 15 more expensive than the traditional varieties. And to most consumers, cost is what counts. "Brazilians don't even know yet what carotene is," says Jairo Vidal Vieira, Embrapa's carrot expert. Slowly, he thinks, they'll come to realize the benefits of eating healthier. "I'll bet my career on it," he says.



Adapted from Newsweek, July 7, 2003

08

When the Alvorada carrot was launched, scientists believed:

- (A) other varieties would grow in Latin America;
- (B) the product would not survive in the heat of the tropics;
- (C) new varieties of carrots would no longer be sold;
- (D) people would be eating more carbohydrates;
- (E) the product would be a striking success;

09

The term *cornucopia* is a metaphorical expression which, in the text, means:

- (A) a special type of carrot; a vegetable
- (B) a land of abundance; fertile soil
- (C) a Brazilian company; Embrapa
- (D) inhospitable regions; the tropics
- (E) the jungle; tropical rainforests

10

The major difference between the Alvorada carrot and ordinary carrots lies in their:

- (A) colour, smell and taste
- (B) smell, shape and cost
- (C) shape, colour and nutritional value
- (D) weight, appearance and cholesterol level
- (E) caloric value, vitamins and shape

11

Consider the sentences: "When Embrapa launched the carrot in 2000, scientists thought it would sweep the market. It hasn't." (lines 13-14) Mark the option that could be used to join these 2 sentences.

- (A) but
- (B) so
- (C) therefore
- (D) still
- (E) although

12

The sentence "I'll bet my career on it" (line 18) implies that Jairo Vidal Vieira:

- (A) believes he may be right;
- (B) is doubtful of his beliefs;
- (C) is not convinced of his own words;
- (D) is sure of what he is saying;
- (E) is too proud to accept he is wrong.



Rascunho

Rascunho

