

### E o latim não morreu!

Há quem diga que o latim é uma língua morta e que ninguém mais fala a *lingua mater*. *A priori* tal informação procede, visto que a “falecida” não é idioma oficial de nenhum país, com exceção do Vaticano. Porém, se prestarmos um pouco de atenção às marcas de muitos produtos que consumimos, veremos que ela não foi sepultada por completo, pelo *contrarius*, permanece viva e faz parte do nosso *curriculum vitae*. Então, mostraremos aqui que, em meio ao turbilhão de anglicismo, o *marketing* conseguiu ressuscitar o latim.

Para fazer um retrato em *lato sensu* desta realidade, gostaríamos de escrever um artigo *sui generis*, mas, como é necessário ser *magistra* e *Regina* no assunto, ter conhecimento sobre o tema é condição *sine qua non* para um texto analítico mais profundo. Isto não temos, portanto, ficaremos apenas com os produtos de consumo, resultado da pesquisa empírica nos supermercados. Se você, como nós, é um curioso do assunto, então: *Vade mecum!* Vamos às compras!

Basta passarmos a vista pelas prateleiras de lojas e mercados que iremos nos deparar com o latim ali, “vivinho da selva”, ou melhor, da *silva*, estampado nas embalagens de diversos produtos. Você duvida? Então nos acompanhe. Na seção de doces, com certeza, encontraremos o chocolate *Bis* e obviamente perceberemos o apelo publicitário de que “quem come um pede Bis”, numa clara menção ao seu significado: duas vezes. No entanto, até então, você desconhecia a origem deste vocábulo e não tinha relacionado tal marca com o tema em pauta. Agora você já sabe. Esta simples palavrinha é latina.

Ainda nessa seção, podemos dizer que só as guloseimas nos deixam com um gostinho de “quero mais” e com a sensação de “tudo que é *Bono* dura pouco!”.

Para aliviar a culpa pelas calorias adquiridas, passemos para a próxima área do mercado. Se você está meio fora de forma e almeja um *Corpus Magnus* (magnífico!), o latim aparece para te oferecer uma *plus vita*, comendo o saudável pão homônimo.

Para os que querem fazer um pouco de *caritatis* e querem ajudar as obras daquela que foi a irmã “doce” da Bahia, quer dizer, irmã Dulce, há os produtos *Dulce Natura*.

Já na seção de bebidas, se você não aprecia aquelas com um teor de álcool mais elevado, certamente, não levará para casa o conhaque *Domus*, mas aquele que é fã de uma cervejinha gelada e não faz questão da “primeiro lugar” da mídia, já deve ter bebido a primeira latinizada: *Primus*.

Indo para a seção de higiene pessoal, temos, para obter uma pele iluminada com muito “glamour” na hora do banho, o sabonete *Lux Luxo*, aliás, se quisermos iluminar o ambiente, temos os fósforos *Fiat Lux idem*.

Os produtos da natureza que ajudam a cuidar da beleza ganham um charme maior quando o latim se apresenta. Então, que tal a linha cosmética *Natura*? Percebeu quanto latim sai da nossa boca?

Em suma, cremos que esta pequena *scriptura* demonstra e prova com termos *ipsis litteris* que o latim está cada dia mais *vivus* em nossas *vitae*. No entanto, nessa sociedade consumista, para a nossa “letícia”, o que seria *optimum* era um dia encontrar todos esses produtos *gratis*.

Internet: <[www.linguaportuguesa.uol.com.br](http://www.linguaportuguesa.uol.com.br)> (com adaptações).

Considerando as informações acima, redija um resumo do texto atendendo, necessariamente, ao que se pede a seguir.

- Explícite a ideia principal defendida no texto. [valor: 0,50 ponto]
- Cite, no mínimo, dois dos exemplos que são usados no texto para demonstrar a ideia principal. [valor: 0,50 ponto]
- Apresente a conclusão do texto. [valor: 0,50 ponto]

Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!

## Resolução da Questão 1 – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

*Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!*



Marcelo Grassman. *Mulher e Peixe*, 1963, Pena, nanquim e aguada sobre papel, 50 cm × 65 cm, Coleção particular.

Considerando que a obra reproduzida acima tem caráter unicamente motivador, faça, necessariamente, o que se pede nos itens I e II a seguir.

- I Descreva os aspectos técnicos do uso da pena, do nanquim e da aguada em desenhos. **[valor: 0,75 ponto]**
- II Discorra sobre a história dessas técnicas. **[valor: 0,75 ponto]**

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

### Resolução da Questão 2 – Item I – (Texto Definitivo)

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

## Resolução da Questão 2 – Item II – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

*Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!*

As pesquisas sobre a percepção das cores deveriam ser feitas em ambientes totalmente neutros, como paredes, teto e assoalho cinza-claros, iluminação de luz diurna (...) e até a decoração, as mesas, as cadeiras e os móveis deveriam ser neutros. Desse modo, teríamos uma constante ambiental para verificar efetivamente os valores cromáticos.

Bruno Munari. Prefácio. In: Josef Albers. *A interação da cor*. 2009.

A partir da leitura do fragmento de texto acima, redija um texto explicitando e caracterizando o uso da cor como um dos meios mais relativos utilizados no desenho. Em seu texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- a qualidade expressiva da cor no desenho; [valor: 0,75 ponto]
- a harmonia entre a cor e a forma na informação visual. [valor: 0,75 ponto]

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA  
 NÃO HÁ TEXTO

### Resolução da Questão 3 – (Texto Definitivo)

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

*Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!*



Henri Rousseau. **O sonho**, 1910, óleo sobre tela, 204,5 cm × 298,5 cm, The Museum of Modern Art, Nova Iorque.

Considerando a obra **O sonho**, de Henri Rousseau, Le Douanier (1844-1910), acima apresentada, redija um texto acerca das características dessa obra, abordando, necessariamente, os seguintes tópicos:

- elementos formais que caracterizam a obra como *naïf* (ou ingênua); [valor: 0,50 ponto]
- características do tema da obra como *naïf* (ou ingênuo); [valor: 0,50 ponto]
- modo como se associam tema e elementos formais nessa composição característica da arte *naïf*. [valor: 0,50 ponto]

Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!

## Resolução da Questão 4 – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

*Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!*



Jean-Baptiste Debret. *Ateliê de Debret em Catumbi, 1934-1839*, litografia. In: J. P. DEBRET. *Viagem histórica e pitoresca ao Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: EDUSP, 1989, p. 16.

Debret tornou-se conhecido em virtude da divulgação das litografias estampadas em sua **Voyage pittoresque et historique au Brésil**, publicada (...) em três volumes, editados respectivamente em 1834, 1835 e 1839. A obra reúne um texto valioso pela quantidade de informações, pela veracidade histórica, além de ser literalmente sofisticada. Mas o ponto alto são as maravilhosas estampas, feitas a partir de desenhos do autor.

P. M. C. XEXÉO. *As artes visuais e a Missão Francesa no Brasil do século XIX*. In: J. BANDEIRA, P. M. C. XEXÉO e R. CONDURU. *A Missão Francesa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p. 100 (com adaptações).

Considerando que a gravura e o fragmento de texto acima têm caráter unicamente motivador, discorra sobre a vinda de Debret ao Brasil abordando, necessariamente, em seu texto, os seguintes tópicos:

- contexto histórico e artístico que permitiu a vinda de Debret ao Brasil; [valor: 0,50 ponto]
- repercussão da Missão Francesa no Brasil; [valor: 0,50 ponto]
- importância da vinda de Debret ao Brasil. [valor: 0,50 ponto]

Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!

## Resolução da Questão 5 – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

*Não utilize este espaço  
em nenhuma hipótese!*