

Muito do pioneirismo das ideias de Saussure advém do fato de o autor ter sido o primeiro a mencionar a natureza social da língua, como se pode observar no seguinte excerto do **Curso de Linguística Geral** (São Paulo: Cultrix, s/d.), obra que estabelece a Linguística como ciência: “[A língua é], ao mesmo tempo, um produto social da faculdade de linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos” (p. 17). Ao mesmo tempo, o autor argumenta que a “natureza homogênea” (p. 23) da língua a tornaria mais facilmente classificável e sistematizável, sendo esse um dos principais motivos que o levariam a definir a Língua (*Langue*), e não a Fala (*Parole*), como o objeto de estudo da Linguística. A Eugenio Coseriu, um dos críticos à dicotomia saussureana Língua e Fala, pareceu incongruente definir-se a língua como um sistema ao mesmo tempo homogêneo e social. A fim de corrigir essa incongruência, Coseriu propõe um modelo tripartite que, além de incorporar Língua e Fala, introduz uma terceira noção — a Norma. A partir dessas informações, elabore um texto atendendo, necessariamente, ao que se pede a seguir.

- Estabeleça o contraste entre as noções saussureanas de Língua e Fala. [valor: 0,35 ponto]
- Justifique a necessidade de se introduzir a noção de Norma, tal como sugeriu Eugenio Coseriu. [valor: 0,35 ponto]
- Apresente um fato linguístico do português do Brasil que sirva de ilustração e suporte ao raciocínio de Eugenio Coseriu. [valor: 0,80 ponto]

Não utilize este espaço
em nenhuma hipótese!

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	

*Não utilize este espaço
em nenhuma hipótese!*

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> (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 2 – (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!*

Com a fidelidade na tradução de palavras isoladas quase nunca se consegue restituir completamente o significado que elas têm no original, pois o significado poético não se restringe nem se esgota na intenção do original, e esta o dinamiza na medida em que a intenção está ligada aos modos de “querer dizer” existentes em uma determinada palavra.

Walter Benjamin. “A tarefa-renúncia do tradutor”. In: Werner Heidermann. *Antologia bilingue – Clássicos da Teoria da Tradução*, vol. I: alemão-português. Florianópolis: Núcleo de Tradução (NUT/UFSC), 2001, p. 37 (com adaptações).

Considerando que o trecho acima tem caráter unicamente motivador, redija um texto em que sejam abordados, necessariamente, os seguintes aspectos:

- o conceito de fidelidade em tradução; [valor: 0,75 ponto]
- o problema do sentido poético ao se traduzir um texto. [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!

1 Researchers are digging deeper into whether infants' ability to learn new words is shaped by the particular language being acquired.

4 A new Northwestern University study cites a promising new research agenda aimed at bringing researchers closer to discovering the impact of different languages on early language and cognitive development.

7 For decades, researchers have asked why infants learn new nouns more rapidly and more easily than new verbs. Many researchers have asserted that the early advantage for learning nouns over verbs is a universal feature of human language.

In contrast, other researchers have argued that early noun-advantage is not a universal feature of human language but rather a consequence of the particular language being acquired.

10 Sandra Waxman, lead author of the study and Louis W. Menk Professor of Psychology at Northwestern, show in their research that even before infants begin to produce many verbs in earnest, infants acquiring either noun-friendly or verb-friendly languages already appreciate the concepts underlying both noun and verb meaning.

Internet: <www.sciencedaily.com/releases/2013/03/130325184020.htm> (adapted).

Based on the information above, answer the following questions from I through III in English.

- I Define the meaning of “agenda” in the context above. **[valor: 0,50 ponto]**
- II Explain both research perspectives about infants learning different languages. **[valor: 0,70 ponto]**
- III Explain the meaning of the following words and phrases in their respective contexts: “in earnest” (l.11), “noun-friendly” (l.11), “verb-friendly” (l.12). **[valor: 0,80 ponto]**

*Não utilize este espaço
em nenhuma hipótese!*

Resolução da Questão 4 – Item I – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	

Resolução da Questão 4 – Item II – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	
4	
5	
6	

Resolução da Questão 4 – Item III – (Texto Definitivo)

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

NÃO HÁ TEXTO

1	
2	
3	

*Não utilize este espaço
em nenhuma hipótese!*

Au pair wanted

Family with three kids (boy 4, and girls 5 and 8) is looking for an *au pair* for the school year 2014/2015. Selected candidate is expected to sit with kids from 4pm to 8pm on weekdays, and the occasional paid evening and/or weekend (previously arranged). Duties include bathing/showering, helping with homework, and helping with evening meal. Must have experience. Driving license and housework skills a plus. We offer private room with bathroom (visitors not allowed), breakfast and lunch. Please send resume, references and a short paragraph stating why you should be chosen and what you plan to do in your free time.

Answer the ad above, writing the paragraph to be submitted together with your resume and references. [valor: 2,00 pontos]

PARA USO EXCLUSIVO DO CHEFE DE SALA

 NÃO HÁ TEXTO**Resolução da Questão 5 – (Texto Definitivo)**

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

*Não utilize este espaço
em nenhuma hipótese!*