

AULA 04

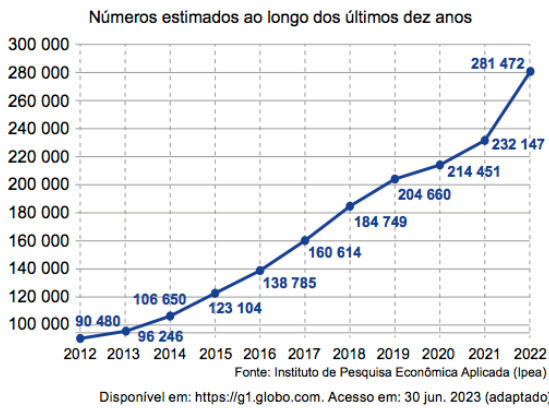
**ELEMENTOS NÃO VERBAIS:
RECURSOS GRÁFICOS E TIPOGRÁFICOS**

Texto 1



TEXTO V

População em situação de rua no Brasil



Texto 2

SEGURANÇA AO COMPARTILHAR CONTEÚDOS ONLINE?

O QUE OS INTERNAUTAS DIZEM:

COMO VOCÊ SE CONECTA?

- 81% usam computadores
- 39% usam smartphones
- 18% usam tablets

85% possuem computadores

51% possuem smartphones

68% usam as redes sociais para compartilhar fotos, vídeos e documentos com amigos e familiares

81% concordam com a afirmação: "Eu me preocupo com quem pode acessar meu conteúdo pessoal".

MESMO ASSIM, AS PESSOAS NUNCA ASSIM, AS PESSOAS NUNCA COMPARTILHARAM TANTO CONTEÚDO

75% acham que o conteúdo é mais importante do que o dispositivo.

86% estão preocupados com a sua privacidade nas redes sociais

43% sentem que estão perdendo o controle sobre o seu conteúdo nas mídias sociais

Armazene, sincronize e compartilhe seu conteúdo, em qualquer dispositivo, a qualquer hora ou lugar. Em um local seguro e conveniente. <http://bit.ly/OREJ2>

F-Secure

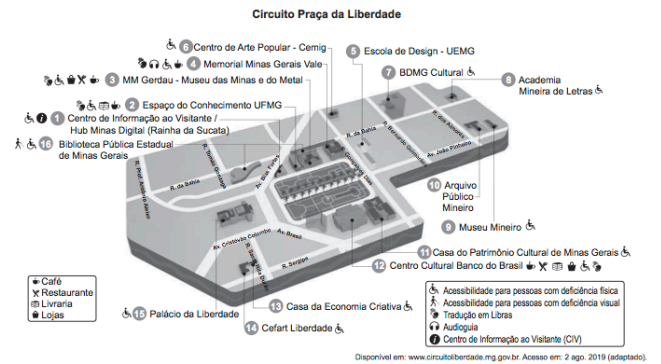
! CONCEITOS

■ O GRÁFICO & O INFOGRÁFICO

Enquanto os gráficos são textos que operam a representação visual de dados, os infográficos são quadros informativos que misturam textos curtos e ilustrações para transmitir uma informação visualmente. De qualquer forma, esses gênero facilitam a compreensão do texto e oferecem uma noção mais rápida e clara das informações.

QUESTÕES DE VESTIBULAR

1. ENEM 2021



Partindo a pé do Museu Mineiro pelo trajeto mais curto até a próxima atração com tradução em Libras, serviço de alimentação e venda de livros, o leitor do mapa passará em frente ao(a) :

- (A) Escola de Design.
- (B) Academia Mineira de Letras.
- (C) Museu das Minas e do Metal.
- (D) Espaço do Conhecimento UFMG.
- (E) Casa do Patrimônio Cultural de Minas Gerais.

2. ENEM 2019

Os tipos cheios de si

O difícil é encontrar quem nunca cruzou com (ou se passou por) um desses on-line

- O TURISTA EM TEMPO INTEGRAL**
Posta o ano inteiro fotos das férias (deste e de outros anos). Parece viver viajando.
- A ÚNICA BEM-AMADA**
Só ela tem o parceiro mais especial. Porque momentos a dois são mesmo para divulgar.
- O BALADEIRO VIDA LOUCA**
Quase dá para escutar o "Uhuuu!!!", pelas fotos de bebidas e pistas de dança.
- O EXIBIDO HUMILDE**
Ele (acha que) disfarça ao dar dicas do próprio sucesso. Não engana ninguém.
- O BEM RELACIONADO DE OCASIÃO**
Descobriu quem é o "famoso" que aparece na foto naquela hora. Mas não deixa passar.
- O GOURMET DE APARÊNCIAS**
Por que ir a um restaurante se ninguém souber? É clique no prato.
- A MÃE ORGULHOSA DEMAIS**
Faz questão de contar todas as gracinhas. Até as que só têm graça para a mãe.
- O(A) LINDO(A) DEMAIS PARA NÃO MOSTRAR**
Acha que o dia de cabelo bom desculpa um autorretrato (selfie). Quem nunca, não é?

Disponível em: <http://epoca.globo.com>. Acesso em: 20 mar. 2014.

De acordo com esse infográfico, as redes sociais estimulam diferentes comportamentos dos usuários que revelam

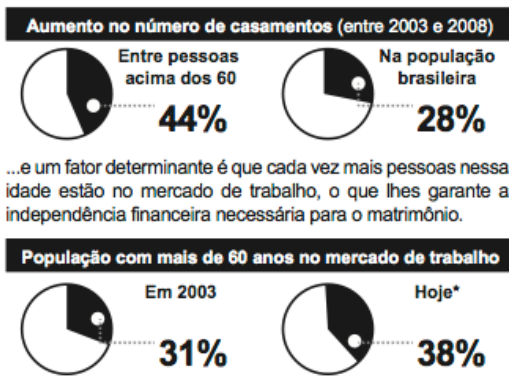
- (A) exposição exagerada dos indivíduos.
- (B) comicidade ingênua dos usuários.
- (C) engajamento social das pessoas.
- (D) disfarce do sujeito por meio de avatares.
- (E) autocrítica dos internautas.



3. ENEM 2022

Casados e independentes

Um novo levantamento do IBGE mostra que o número de casamentos entre pessoas na faixa dos 60 anos cresce, desde 2003, a um ritmo 60% maior que o observado na população brasileira como um todo...



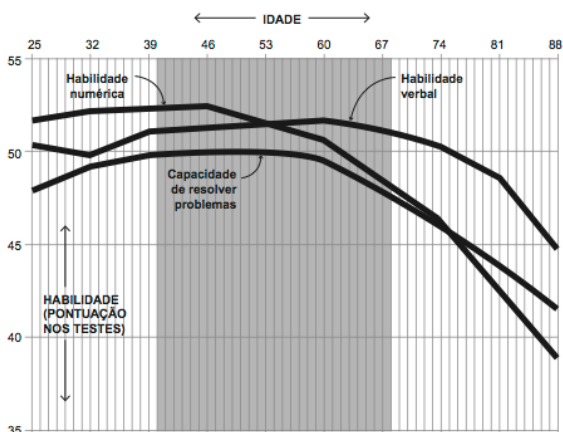
Fontes: IBGE e Organização Internacional do Trabalho (OIT)
* Com base no último dado disponível, de 2008
Veja, São Paulo, 21 abr. 2010 (adaptado).

Os gráficos expõem dados estatísticos por meio de linguagem verbal e não verbal. No texto, o uso desse recurso

- (A) exemplifica o aumento da expectativa de vida da população.
- (B) explica o crescimento da confiança na instituição do casamento.
- (C) mostra que a população brasileira aumentou nos últimos cinco anos.
- (D) indica que as taxas de casamento e emprego cresceram na mesma proporção.
- (E) sintetiza o crescente número de casamentos e de ocupação no mercado de trabalho.



4. ENEM 2012



BUSCATO, M.; SEGADILHA, B.; PEROSA, T. Disponível em: www.revistaepoca.globo.com. Acesso em: 28 fev. 2012.

Em variados momentos de nossa vida, precisamos interpretar as diferentes linguagens dos sistemas de comunicação. O gráfico é um desses sistemas, que, no caso apresentado, indica que as habilidades associadas à inteligência humana variam de acordo com a idade. Considerando essa informação, constata-se que

- (A) as habilidades verbal e de resolução de problemas destacam-se entre 40 e 60 anos.
- (B) a habilidade numérica diminui consideravelmente entre 20 e 40 anos.
- (C) a habilidade de resolução de problemas piora consideravelmente a partir dos 30 anos.
- (D) as habilidades humanas, em geral, declinam consideravelmente a partir dos 40 anos.
- (E) a habilidade numérica melhora muito na faixa etária entre 60 e 80 anos.



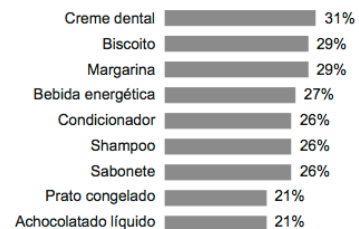
5. ENEM 2012

Quando a propaganda é decisiva na troca de marcas

Todo supermercadista sabe que, quando um produto está na mídia, a procura pelos consumidores aumenta. Mas, em algumas categorias, a influência da propaganda é maior, de acordo com pesquisa feita com 400 pessoas pela consultoria YYY e com exclusividade para o supermercado XXX.

O levantamento mostrou que, mesmo não sendo a razão o fator mais apontado para trocar de marca, não se pode ignorar a força das campanhas publicitárias. Em algumas categorias, um terço dos respondentes atribuem a mudança à publicidade. Para Nicanor Guerreiro, a propaganda estabelece uma relação mais "emocional" da marca com o público. "Todos sentimos necessidade de consumir produtos que sejam 'aceitos' pelas outras pessoas. Por isso, a comunicação faz o papel de endosso das marcas", afirma. O executivo ressalta, no entanto, que nada disso adianta se o produto não cumprir as promessas transmitidas nas ações de comunicação. Um dos objetivos da propaganda é tornar o produto aspiracional, despertando o desejo de experimentá-lo. O que o consumidor deseja é o que a loja vende. E é isso o que o supermercadista precisa ter sempre em mente. Veja o gráfico:

Categorias em que a influência da propaganda na troca de marcas atinge mais de 20% dos consumidores



Disponível em: www.rivovermelho.net. Acesso em: 3 mar. 2012 (adaptado).

De acordo com o texto e com as informações fornecidas pelo gráfico, para aumentar as vendas de produtos, é necessário que

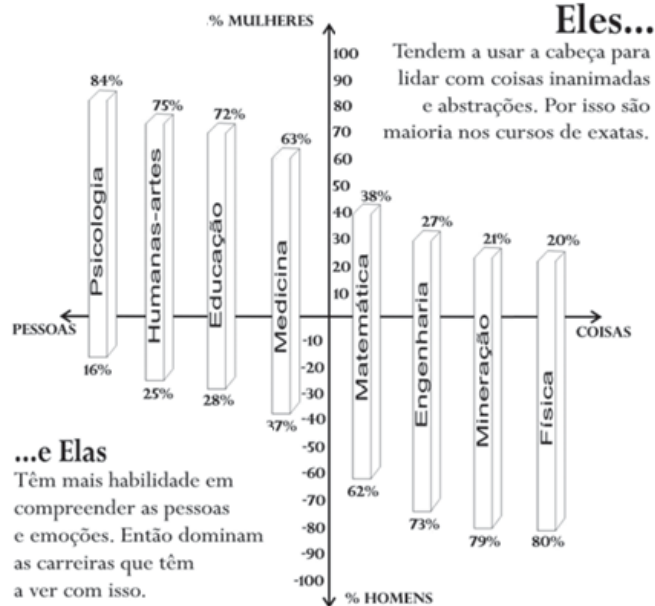
- (A) a campanha seja centrada em produtos alimentícios, a fim de aumentar o percentual de troca atual que se apresenta como o mais baixo.
- (B) a preferência de um produto ocorra por influência da propaganda devido à necessidade emocional das marcas.
- (C) a propaganda influencie na troca de marca e que o consumidor valorize a qualidade do produto.

(D) os produtos mais vendidos pelo comércio não sejam divulgados para o público como tal.

(E) as marcas de qualidade inferior constituam o foco da publicidade por serem mais econômicas.



6. ENEM 2010



Superinteressante. Ed. 256, set. 2008.

Segundo pesquisas recentes, é irrelevante a diferença entre sexos para se avaliar a inteligência. Com relação às tendências para áreas do conhecimento, por sexo, levando em conta a matrícula em cursos universitários brasileiros,

(A) os homens estão matriculados em menor proporção em cursos de Matemática que em Medicina por lidarem melhor com pessoas.

(B) as mulheres estão matriculadas em maior percentual em cursos que exigem capacidade de compreensão dos seres humanos.

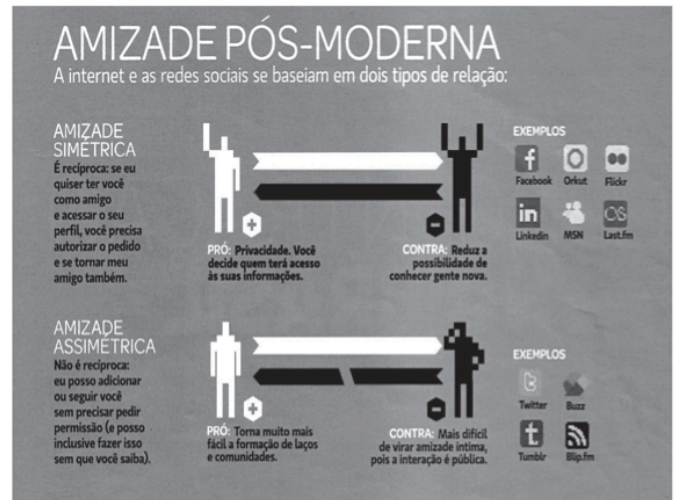
(C) as mulheres estão matriculadas em percentual maior em Física que em Mineração por tenderem a trabalhar melhor com abstrações.

(D) as homens e as mulheres estão matriculados na mesma proporção em cursos que exigem habilidades semelhantes na mesma área.

(E) as mulheres estão matriculadas em menor número em Psicologia por sua habilidade de lidarem melhor com coisas que com sujeitos.



7. ENEM 2010



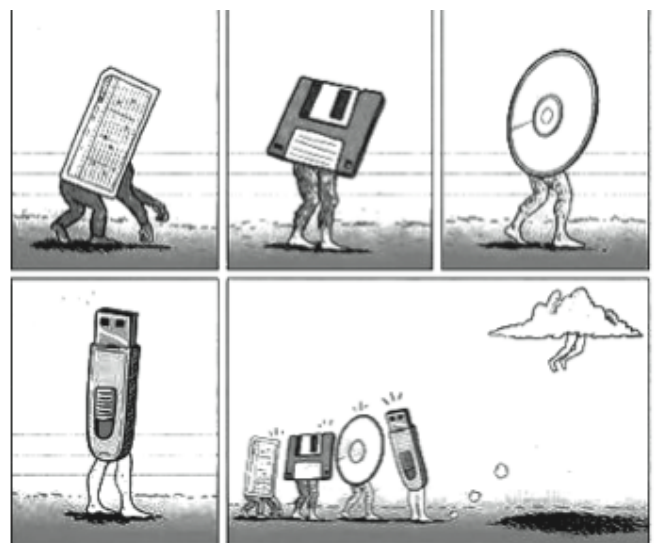
COSTA, C. Superinteressante. Fev. 2011 (adaptado)

Os amigos são um dos principais indicadores de bem-estar na vida social das pessoas. Da mesma forma que em outras áreas, a internet também inovou as maneiras de vivenciar a amizade. Da leitura do infográfico, depreendem-se dois tipos de amizade virtual, a simétrica e a assimétrica, ambas com seus prós e contras. Enquanto a primeira se baseia na relação de reciprocidade, a segunda

- (A) reduz o número de amigos virtuais, ao limitar o acesso à rede.
- (B) parte do anonimato obrigatório para se difundir.
- (C) reforça a configuração de laços mais profundos de amizade.
- (D) facilita a interação entre pessoas em virtude de interesses comuns.
- (E) tem a responsabilidade de promover a proximidade física.



8. ENEM 2020



MORAIS, G. Disponível em: www.gusmoraes.com. Acesso em: 1 ago. 2013.

Os quadrinhos apresentam a sequência de certos dispositivos eletrônicos criados no decorrer da história, destacando

- (A) a alienação provocada pelo uso excessivo da tecnologia nas sociedades urbanas contemporâneas.
- (B) o estágio mais recente da evolução tecnológica para o armazenamento de dados digitais.
- (C) os diferentes tipos de dispositivos usados atualmente para a gravação de dados digitais.
- (D) o desperdício de matéria-prima proveniente da indústria tecnológica.
- (E) a comparação entre evolução humana e tecnológica.



9. ENEM 2013



CABRAL, I. Disponível em: <http://ivancabral.blogspot.com>. Acesso em: 26 jul. 2010.

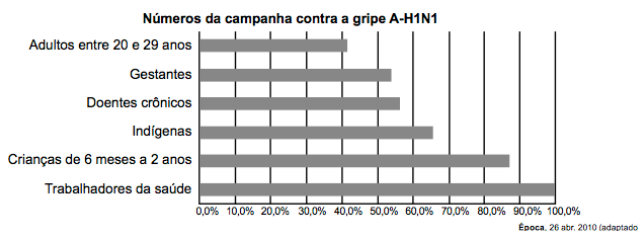
A cada verão, o *Aedes aegypti*, mosquito transmissor da dengue, traz preocupação para os brasileiros. A charge retrata essa situação a que o país está submetido. Considerando os objetivos da charge, sua posição crítica se dá na medida em que

- (A) compara o mosquito a um esportista.
- (B) enfatiza o poder de resistência do inseto.
- (C) elege o mosquito como o vilão da saúde.
- (D) atribui características humanas ao mosquito.
- (E) ignora a gravidade da questão por meio do humor.



10. ENEM 2023

O gráfico expõe alguns números da gripe A-H1N1. Entre as categorias que estão em processo de imunização, uma já está completamente imunizada, a dos trabalhadores da saúde.



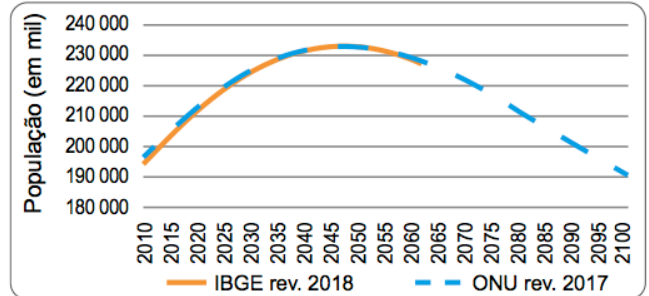
De acordo com o gráfico, entre as demais categorias, a que está mais exposta ao vírus da gripe A-H1N1 é a categoria de

- (A) indígenas.
- (B) gestantes.
- (C) doentes crônicos.
- (D) adultos entre 20 e 29 anos.
- (E) crianças de 6 meses a 2 anos.



11. ENEM 2023

Diferentes projeções para a população brasileira: 2010-2100



Fonte: IBGE, revisão 2018; UM/ESA, revisão 2017.

ALVES, J. E. D. **A nova projeção da população brasileira do IBGE.** Disponível em: www.ufjf.br. Acesso em: 1 out. 2021.

A configuração da projeção demográfica apresentada é explicada pelo(a)

- (A) ampliação do êxodo campesino.
- (B) aumento da taxa de fecundidade.
- (C) redução do crescimento vegetativo.
- (D) retrocesso no controle de natalidade.
- (E) estagnação da entrada de imigrantes.