

ENEM CONVENCIONAL  
LISTA 23



Superintendência de  
Ensino Médio

Secretaria de  
Estado da  
Educação



DESAFIO WEEKEND  
TEMA: RECURSO DE COESÃO TEXTUAL/PRONOME

DATA: \_\_\_/\_\_\_/2021.

NOME:

LÍNGUA PORTUGUESA  
REDACÃO

QUESTÃO 01

(ENEM/2009) Páris, filho do rei de Troia, raptou Helena, mulher de um rei grego. Isso provocou um sangrento conflito de dez anos, entre os séculos XIII e XII a.C. Foi o primeiro choque entre o ocidente e o oriente. Mas os gregos conseguiram enganar os troianos. Deixaram à porta de seus muros fortificados um imenso cavalo de madeira.

Os troianos, felizes com o presente, puseram-no para dentro. À noite, os soldados gregos, que estavam escondidos no cavalo, saíram e abriram as portas da fortaleza para a invasão. Daí surgiu a expressão "presente de grego".

DUARTE, Marcelo. O guia dos curiosos. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

Em "puseram-no", a forma pronominal "no" refere-se

- (A) ao termo "rei grego".
- (B) ao antecedente "gregos".
- (C) ao antecedente distante 'choque'.
- (D) à expressão "muros fortificados".
- (E) aos termos "presente" e "cavalo de madeira".



QUESTÃO 02

(ENEM/2017-adaptada) Leia o texto a seguir.

Fazer 70 anos  
Fazer 70 anos não é simples.  
A vida exige, para o conseguirmos,  
perdas e perdas no íntimo do ser,  
como, em volta do ser, mil outras perdas.  
[...]  
Ó José Carlos, irmão-em-Escorpião!  
Nós o conseguimos...  
E sorrimos  
de uma vitória comprada por que preço?  
Quem jamais o saberá?

ANDRADE, C. D. Amar se aprende amando. São Paulo: Círculo do Livro, 1992 (fragmento).

O pronome oblíquo "o", nos versos "A vida exige, para o conseguirmos" e "Nós o conseguimos", garante a progressão temática e o encadeamento textual, recuperando o segmento

- (A) "Ó José Carlos".
- (B) "perdas e perdas".
- (C) "A vida exige".
- (D) "Fazer 70 anos".
- (E) "irmão-em-Escorpião".



### QUESTÃO 03

(PUC-PR/2001) Leia o texto a seguir.

#### Samba triste

A bossa nova ficou mais triste com a partida de mais um dos seus mestres. Depois de Antônio Carlos Jobim e Vinícius Moraes, Baden Powell deixou o mundo em saudade. Faleceu, no passado dia 26, vítima de uma septicemia, após dois meses de internamento, numa clínica no Rio de Janeiro. A sua música ficou.

Portugal tem Carlos Paredes, o Brasil tem Baden Powell. Comparáveis pelo virtuosismo, pela criatividade, pelo sentimento. Powell tinha a arte na ponta dos dedos. Revolucionou a forma de tocar violão, acrescentando-lhe saudade, beleza e ritmo. Deu de beber jazz ao samba e, na senda de Vinícius, Tom Jobim, João Gilberto, Stan Getz, entre outros, ajudou a criar a bossa nova. Está assim na gênese do movimento mais importante da música brasileira deste século. É, de certa forma, pai de Chico Buarque, Caetano Veloso, Gal Costa, entre tantos outros.

HALPERN, Manuel. *Jornal de Letras, Artes e Ideias*. Lisboa, 4 a 17 out. 2000, p. 5.

Nota: O texto SAMBA TRISTE, que presta homenagem ao sambista brasileiro Baden Powell, foi publicado em Portugal e por isso traz algumas novidades em relação ao português que se fala e se escreve no Brasil. No texto apresentado, as principais diferenças se encontram na acentuação gráfica: ANTÔNIO, SEPTICÊMIA, GÊNESE. Essas e outras discordâncias entre o português de Portugal e o do Brasil não serão, porém, objeto de questionamento nesta questão.

Em "Revolucionou a forma de tocar violão, acrescentando-lhe saudade, beleza e ritmo. "O pronome LHE refere-se

- (A) a Powell, sujeito oculto da oração.
- (B) à forma de tocar violão.
- (C) a saudade, beleza e ritmo.
- (D) somente à palavra mais próxima: saudade.
- (E) à forma verbal acrescentando, à qual está ligado por hífen.

### QUESTÃO 04

(UEL/1999-adaptada) Leia o texto a seguir.

#### CONSUMIDOR E CIDADÃO

O consumidor brasileiro encontra melhores meios de exercer seus direitos do que o cidadão. Os amplos recursos do recente Código de Defesa do Consumidor e a relativa agilidade dos Procons, em contraste com a morosidade da Justiça, impulsionaram um significativo aumento das atividades nessa área durante a década de 90.

A atuação dos Procons e de outras entidades privadas qualificadas para defender interesses coletivos parece ser também uma forma de responder à inoperância do Estado no que se refere aos direitos do cidadão.

A multiplicação de órgãos como os Procons e, de outra parte, dos centros de atendimento a clientes é um sinal de evolução do mercado brasileiro e mesmo de parte da sociedade. Mas esse fato mesmo é um indicador do atraso do país, pois faz pensar no que em geral ocorre quando, em lugar de uma empresa, quem está do outro lado do balcão é o Estado.

Donas-de-casa reunidas para zelar pela qualidade de produtos ou associações de "vítimas de atrasos aéreos", por exemplo, batem-se por questões que deveriam estar salvaguardadas pelo poder público.

O cidadão que utiliza o serviço público de saúde e é mal atendido não encontra um recurso comparável ao serviço que os Procons prestam a clientes insatisfeitos de seguros de saúde privados. O brasileiro está muito mais bem atendido quando se trata de reclamar contra produtos defeituosos, propaganda enganosa ou serviços privados mal prestados do que quando o problema está na escola pública ou na polícia.

O rápido crescimento das atividades ligadas a direitos do consumidor, entretanto, também exige algumas cautelas, seja contra uma atuação abusiva desses organismos, seja quanto a sua politização. Mas o que sobressai desse contraste entre consumidor e cidadão é que o atraso do Brasil em relação aos países mais desenvolvidos não está apenas na economia. A distância é enorme quando se trata de respeito ao cidadão.

Donas-de-casa reunidas para zelar pela qualidade de produtos ou associações de "vítimas de atrasos aéreos", por exemplo, batem-se por questões que deveriam estar salvaguardadas pelo poder público. O pronome em destaque refere-se a

- (A) donas-de-casa.
- (B) qualidade de produtos.
- (C) associações de vítimas de atrasos aéreos.
- (D) por exemplo.
- (E) questões.

## QUESTÃO 05



(UNESP/2012-adaptada) Leia o texto a seguir.

### O fim do marketing

A empresa vende ao consumidor — com a web não é mais assim.

Com a internet se tornando onipresente, os Quatro Ps do marketing — produto, praça, preço e promoção — não funcionam mais. O paradigma era simples e unidirecional: as empresas vendem aos consumidores. Nós criamos produtos; fixamos preços; definimos os locais onde vendê-los; e fazemos anúncios. Nós controlamos a mensagem. A internet transforma todas essas atividades.

(...)

Os produtos agora são customizados em massa, envolvem serviços e são marcados pelo conhecimento e os gostos dos consumidores. Por meio de comunidades online, os consumidores hoje participam do desenvolvimento do produto. Produtos estão se tornando experiências. Estão mortas as velhas concepções industriais na definição e marketing de produtos.

(...)

Graças às vendas online e à nova dinâmica do mercado, os preços fixados pelo fornecedor estão sendo cada vez mais desafiados. Hoje questionamos até o conceito de “preço”, à medida que os consumidores ganham acesso a ferramentas que lhes permitem determinar quanto querem pagar. Os consumidores vão oferecer vários preços por um produto, dependendo de condições específicas. Compradores e vendedores trocam mais informações e o preço se torna fluido. Os mercados, e não as empresas, decidem sobre os preços de produtos e serviços.

(...)

A empresa moderna compete em dois mundos: um físico (a praça, ou marketplace) e um mundo digital de informação (o espaço mercadológico, ou marketspace). As empresas não devem preocupar-se com a criação de um web site vistoso, mas sim de uma grande comunidade online e com o capital de relacionamento. Corações, e não olhos, são o que conta. Dentro de uma década, a maioria dos produtos será vendida no espaço mercadológico. Uma nova fronteira de comércio é a marketface — a interface entre o marketplace e o marketspace.

(...)

Publicidade, promoção, relações públicas etc. exploram “mensagens” unidirecionais, de um-para-

muitos e de tamanho único, dirigidas a consumidores sem rosto e sem poder. As comunidades online perturbam drasticamente esse modelo. Os consumidores com frequência têm acesso a informações sobre os produtos, e o poder passa para o lado deles. São eles que controlam as regras do mercado, não você. Eles escolhem o meio e a mensagem. Em vez de receber mensagens enviadas por profissionais de relações públicas, eles criam a “opinião pública” online.

Os marqueteiros estão perdendo o controle, e isso é muito bom.

Don Tapscott. **O fim do marketing**. INFO, São Paulo, Editora Abril, janeiro 2011, p. 22.

São **eles** que controlam as regras do mercado, não você. **Eles** escolhem o meio e a mensagem. Em vez de receber mensagens enviadas por profissionais de relações públicas, **eles** criam a “opinião pública” online.

Nesta passagem do penúltimo parágrafo do texto, o autor repete por três vezes o pronome **eles**, para referir-se enfaticamente aos

- (A) proprietários de lojas.
- (B) veículos de comunicação.
- (C) profissionais de relações públicas.
- (D) consumidores online.
- (E) fabricantes dos produtos.



**QUESTÃO 06**

(ENEM/2004-adaptada) Leia o texto a seguir.

**Cidade grande**

Que beleza, Montes Claros.  
Como cresceu Montes Claros.  
Quanta indústria em Montes Claros.  
Montes Claros cresceu tanto,  
ficou urbe tão notória,  
prima-rica do Rio de Janeiro,  
que já tem cinco favelas  
por enquanto, e mais promete.

Carlos Drummond de Andrade

No trecho "Montes Claros cresceu tanto, / (...), / **Que** já tem cinco favelas", a palavra **Que** contribui para estabelecer uma relação de consequência. Dos seguintes versos, todos de Carlos Drummond de Andrade, apresentam esse mesmo tipo de relação

- (A) "Meu Deus, por que me abandonaste / se sabias **QUE** eu não era Deus / se sabias que eu era fraco."
- (B) "No meio-dia branco de luz uma voz **QUE** aprendeu / a ninar nos longes da senzala - e nunca se esqueceu / chamava para o café."
- (C) "Teus ombros suportam o mundo / e ele não pesa mais **QUE** a mão de uma criança."
- (D) "A ausência é um estar em mim. / E sinto-a, branca, tão pegada, aconchegada nos meus braços, / **QUE** rio e danço e invento exclamações alegres."
- (E) "Penetra surdamente no reino das palavras. / Lá estão os poemas **QUE** esperam ser escritos."

**QUESTÃO 07**

(FUVEST/2012-adaptada) Leia o texto a seguir.

Não era e não podia o pequeno reino lusitano ser uma potência colonizadora à feição da antiga Grécia. O surto marítimo que enche sua história do século XV não resultara do extravasamento de nenhum excesso de população, mas fora apenas provocado por uma burguesia comercial sedenta de lucros, e que não encontrava no reduzido território pátrio satisfação a sua desmedida ambição.

A ascensão do fundador da Casa de Avis ao trono português trouxe esta burguesia para um primeiro plano. Fora ela quem, para se livrar da ameaça castelhana e do poder da nobreza, representado pela Rainha Leonor Teles, cingira o Mestre de Avis com a coroa lusitana. Era ela, portanto, quem devia merecer do novo rei o melhor das suas atenções. Esgotadas as possibilidades do reino com as pródigas dádivas reais, restou apenas o recurso da expansão externa para contentar os insaciáveis companheiros de D. João I. Caio Prado Júnior, *Evolução política do Brasil*. Adaptado.

O pronome "ela" da frase "Era ela, portanto, quem devia merecer do novo rei o melhor das suas atenções", refere-se a

- (A) "desmedida ambição".
- (B) "Casa de Avis".
- (C) "esta burguesia".
- (D) "ameaça castelhana".
- (E) "Rainha Leonor Teles".



### QUESTÃO 08

(FAMERP/2020) Considere a tirinha Garfield, de Jim Davis.



O pronome “este”, no terceiro quadrinho,

- (A) refere-se ao presente do personagem, em que não há diversão.
- (B) retoma o sentido da expressão “o mundo”.
- (C) refere-se ao período em que o mundo diverte o personagem.
- (D) aponta para um momento em que o desejo do personagem se realizaria.
- (E) retoma o sentido da frase “o mundo existe para me divertir”.

### QUESTÃO 09

(ENEM-PPL/2011-adaptada) Leia o texto a seguir.

Quando Rubem Braga não tinha assunto, ele abria a janela e encontrava um. Quando não encontrava, dava no mesmo, ele abria a janela, olhava o mundo e comunicava que não havia assunto. Fazia isso com tanto engenho e arte que também dava no mesmo: a crônica estava feita. Não tenho nem o engenho nem a arte de Rubem, mas tenho a varanda aberta sobre a Lagoa — posso não ver melhor, mas vejo mais. [...] Nelson Rodrigues não tinha problemas. Quando não havia assunto, ele inventava. Uma tarde, estacionei ilegalmente o Sinca-Chambord na calçada do jornal. Ele estava com o papel na máquina e provisoriamente sem assunto. Inventou que eu descia de um reluzente Rolls Royce com uma loura suspeita, mas equivalente à suntuosidade do carro. Um guarda nos deteve, eu tentei subornar a autoridade com dinheiro, o guarda não aceitou o dinheiro, preferiu a loura. Eu fiquei sem a multa e sem a mulher. Nelson não ficou sem assunto.

CONY, C. H. Folha de S. Paulo. 2 jan. 1998 (adaptado).

O autor lançou mão de recursos linguísticos que o auxiliaram na retomada de informações dadas sem repetir textualmente uma referência. Esses recursos pertencem ao uso da língua e ganham sentido nas práticas de linguagem. É o que acontece com os usos do pronome “ele” destacados no texto. Com essa estratégia, o autor conseguiu

- (A) confundir o leitor, que fica sem saber quando o texto se refere a um ou a outro cronista.
- (B) comparar Rubem Braga com Nelson Rodrigues, dando preferência ao primeiro.
- (C) referir-se a Rubem Braga e a Nelson Rodrigues usando igual recurso de articulação textual.
- (D) sugerir que os dois autores escrevem crônicas sobre assuntos semelhantes.
- (E) produzir um texto obscuro, cujas ambiguidades impedem a compreensão do leitor.

## QUESTÃO 10



(ENEM/2021-adaptada) Leia o texto a seguir.

### Seu nome define seu destino. Será?

“O nome próprio da pessoa marca a sua identidade e a sua experiência social e, por isso, é um dado essencial na sua vida”, diz Francisco Martins, professor do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília e autor do livro *Nome próprio* (Editora UnB). “Mas não dá para dizer que ele conduz a um destino específico. É você quem constrói a sua identidade. Existe um processo de elaboração, em que você toma posse do nome que lhe foi dado. Então, ele pesa, mas não é decisivo”. De acordo com Martins, essa apropriação do nome se dá em várias fases: na infância, quando se desenvolve a identidade sexual; na adolescência, quando a pessoa começa a assinar o nome; no casamento, quando ela adiciona (ou não) o sobrenome do marido ao seu. “O importante é a pessoa tomar posse do nome, e não ficar brigando com ele”.

CHAMARY, J. V.; GIL, M. A. Knowledge, jul. 2010.

Pronomes funcionam nos textos como elementos de coesão referencial, auxiliando a manutenção do tema abordado. No trecho da reportagem, o vocábulo “nome” é retomado pelo pronome destacado em

- (A) “**Seu** nome define seu destino”.
- (B) “É você **quem** constrói a sua identidade”.
- (C) “Existe um processo de elaboração, em que **você** toma posse do nome [...]”.
- (D) “[...] você toma posse do nome que **lhe** foi dado”.
- (E) “[...] não ficar brigando com **ele**”.



## GABARITO

- Questão 01 – E
- Questão 02 – D
- Questão 03 – B
- Questão 04 – E
- Questão 05 – D
- Questão 06 – D
- Questão 07 – C
- Questão 08 – A
- Questão 09 – C
- Questão 10 – E