

## CONCURSO PÚBLICO

### 52. PROVA OBJETIVA

#### ANALISTA ADMINISTRATIVO (MARKETING)

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 50 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ CONFIRA SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO IMPRESSOS NA CAPA DESTE CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, LOCALIZADA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DA SALA SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

AGUARDE A ORDEM DO FISCAL PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES.

## FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS

### ANALISTA ADMINISTRATIVO (MARKETING)

QUESTÃO	RESPOSTA				
01	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
02	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
03	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
04	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
05	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

06	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
07	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
08	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
09	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
10	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

11	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
12	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
13	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
14	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
15	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

16	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
17	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
18	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
19	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
20	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

21	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
22	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
23	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
24	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
25	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

QUESTÃO	RESPOSTA				
26	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
27	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
28	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
29	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
30	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

31	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
32	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
33	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
34	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
35	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

36	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
37	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
38	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
39	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
40	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

41	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
42	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
43	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
44	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
45	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

46	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
47	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
48	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
49	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
50	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

## LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto I para responder às questões de números **01** a **04**.

### TEXTO I

*Italiano vence World Press Photo 2009; brasileiro é premiado*

Bruxelas, 12 fev (EFE). – O fotógrafo italiano Pietro Masturzo foi anunciado hoje como o vencedor do concurso World Press Photo 2009 na categoria de Foto do Ano.

A foto de Masturzo mostra mulheres gritando do terraço de um prédio em Teerã no dia 24 de junho do ano passado, em meio aos protestos que se seguiram à polêmica reeleição de Mahmoud Ahmadinejad como presidente do Irã.

O brasileiro Daniel Kfourri recebeu o terceiro lugar na categoria Esportes por sua foto de um skatista no ar na Megarrampa, em São Paulo.

O júri premiou os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias.(...) As imagens vencedoras foram escolhidas dentre as mais de 100 mil inscritas por quase seis mil fotógrafos, um recorde do concurso.

Masturzo receberá o prêmio durante uma cerimônia que acontecerá no dia 2 de maio em Amsterdã, assim como um prêmio em dinheiro no valor de dez mil euros e equipamento de fotografia digital de última geração.

(<http://noticias.uol.com.br/ultnot/efe/2010/02/12/ult1766u35134.jhtm>. Acesso em 15.02.2010. Com cortes)

**01.** De acordo com o texto, a Foto do Ano retrata

- (A) um protesto de mulheres pela reeleição do presidente do Irã em meados de 2009.
- (B) um skatista no ar na Megarrampa, em São Paulo, em 24 de junho de 2009.
- (C) a cerimônia de premiação do italiano Pietro Masturzo, em Amsterdã.
- (D) mulheres gritando no terraço de um prédio com medo dos protestos em Teerã.
- (E) Daniel Kfourri recebendo o prêmio do concurso World Press Photo 2009.

**02.** Na frase “foto de um skatista *no ar na* Megarrampa, *em* São Paulo”, pode-se dizer que, nas três vezes em que aparece (*em+o*, *em+a*, *em*), a preposição *em* indica

- (A) tempo.
- (B) lugar.
- (C) finalidade.
- (D) adição.
- (E) direção.

**03.** Assinale a alternativa que substitui a expressão destacada na frase do texto a seguir, sem alterar-lhe o sentido.

(...) os protestos que se seguiram à *polêmica* reeleição de Mahmoud Ahmadinejad como presidente do Irã.

- (A) indiscutível.
- (B) contraditória.
- (C) forjada.
- (D) perigosa.
- (E) controvertida.

**04.** Assinale a alternativa que reescreve corretamente a frase a seguir na voz passiva verbal.

*O júri premiou os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias.*

- (A) Os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias premiaram o júri.
- (B) Os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias o júri premiou.
- (C) Os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias foram premiados pelo júri.
- (D) Premiaram os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias pelo júri.
- (E) Premiou-se pelo júri os trabalhos de 63 fotógrafos de 23 nacionalidades em dez categorias.

Leia o texto II para responder às questões de números **05 a 08**.

## TEXTO II

### *O pêndulo e a imagem*

Há tempos se fala sobre o uso exagerado do Photoshop, suas consequências para a fotografia contemporânea e seu óbvio distanciamento da realidade.

(Clicio Barroso, 31.07.2009)

O assunto é polêmico e merece uma reflexão mais apurada: a necessidade e as consequências éticas de se transformar radicalmente as fotos, sejam elas comerciais ou autorais. (...)

O Photoshop é certamente poderosíssimo e possui mais de 5 mil comandos e menus. (...) A verdade é que o programa sozinho não faz nada, nem é capaz de modificar ou alterar realidade alguma. O problema está certamente com o operador, com o cliente e com quem consome essas imagens – e o que deveria ser apenas uma excelente ferramenta de ajustes tonais, cromáticos e de pequenos retoques acabou se tornando, nas mãos de usuários inábeis, uma vilã da modernidade. (...)

Esse poder quase ilimitado de manipulação tem sido usado comercialmente pela publicidade, pelas editoras de revistas e pelo jornalismo, provocando uma mudança profunda no modo de se olharem fotografias, alterando nossa percepção visual e fazendo com que a imagem que era perfeitamente aceitável há dez anos em termos de qualidade seja agora considerada “tosca”, mal acabada. (...)

O ofício, que já foi domínio absoluto de especialistas e fotógrafos, passou a ser disponível a todo e qualquer indivíduo que possua um computador e um aplicativo gráfico instalado, fazendo com que aberrações de todas as espécies fossem aceitas, publicadas e muitas vezes elogiadas. (...) Por outro lado, mesmo aqueles profissionais que possuem as habilidades técnicas para realizar o trabalho com perfeição são, muitas vezes, levados ao exagero por imposição de quem os contrata, que obviamente deveriam estar cuidando de outros assuntos e deixando o bom profissional decidir qual é o limite do verossímil, do ético e do estético. (...)

Concluimos assim que, atualmente, o pêndulo do inaceitável atingiu seu ápice, e para voltar ao ponto de equilíbrio uma contraproposta está se apresentando: o uso do “não-Photoshop”. Fotos sem maquiagem, sem processamento algum além daquele efetuado pela câmera, sem tratamento de nenhuma espécie. É uma tendência que toma corpo e tem se intensificado, mas que tem encontrado forte resistência, pois, apesar do entusiasmo dos fotógrafos e editores que a apoiam, o público não consegue mais enxergar beleza no que está próximo à realidade cotidiana. Ele pensa que a fotografia tem que ser alterada, glamourizada.

Minha opinião é que a própria inércia (e a gravidade) trarão de volta o equilíbrio desejado ao pêndulo: fotos processadas que exibam o olhar do autor ou fotos tratadas que tenham um fim comercial definido serão menos falsas e mais próximas da realidade tangível, retomando a sensação de verdade que sempre acompanhou a fotografia mais direta, o “espelho com memória” que tanto nos fascina. E o Photoshop, bem utilizado, vai continuar dominando as operações de processamento/ajustes/retoques absolutamente necessárias e inevitáveis quando se trata de fotografia digital.

([http://photos.uol.com.br/materia.asp?id\\_materia=6148](http://photos.uol.com.br/materia.asp?id_materia=6148).  
Acesso em 15.02.2010. Com cortes)

**05.** No texto, a principal crítica que se faz ao Photoshop é:

- (A) o uso exagerado dos seus recursos provoca falsificação da realidade.
- (B) o fato de estar disponível na internet para utilização de qualquer indivíduo.
- (C) o seu emprego em fotografias digitais comerciais, publicitárias e jornalísticas.
- (D) os seus 5 mil comandos e menus produzem más fotografias, toscas.
- (E) o seu emprego descontrolado provoca problemas visuais nas pessoas.

**06.** Considere os seguintes trechos do texto:

- I. O Photoshop é certamente poderosíssimo e possui mais de 5 mil comandos e menus.
- II. Fotos sem maquiagem, sem processamento algum além daquele efetuado pela câmera, sem tratamento de nenhuma espécie.
- III. ... o público não consegue mais enxergar beleza no que está próximo à realidade cotidiana. Ele pensa que a fotografia tem que ser alterada, glamourizada.
- IV. ... o Photoshop, bem utilizado, vai continuar dominando as operações de processamento/ajustes/retoques absolutamente necessárias e inevitáveis quando se trata de fotografia digital.

Os trechos que manifestam opiniões do autor são, apenas,

- (A) II e IV.
- (B) II e III.
- (C) I, II e III.
- (D) I, II e IV.
- (E) I, III e IV.

**07.** Assinale a alternativa que reescreve corretamente a frase a seguir, no plural.

*Ele pensa que a fotografia tem que ser alterada, glamourizada.*

- (A) Eles pensão que a fotografia tem que ser alterada, glamourizada.
- (B) Eles pensão que as fotografias têm que serem alteradas, glamourizadas.
- (C) Eles pensam que as fotografias tem que ser alteradas, glamourizadas.
- (D) Eles pensam que as fotografias têm que ser alteradas, glamourizadas.
- (E) Eles pensam que as fotografias tem que serem alteradas, glamourizadas.

08. Assinale a alternativa que substitui adequadamente por pronomes a expressão em destaque na frase: ... a sensação de verdade que sempre acompanhou *a fotografia*...

- (A) ... a sensação de verdade que sempre a acompanhou...
- (B) ... a sensação de verdade que sempre lhe acompanhou...
- (C) ... a sensação de verdade que sempre acompanhou-a...
- (D) ... a sensação de verdade que sempre acompanhou-lhe...
- (E) ... a sensação de verdade que sempre acompanhou-la...

Leia o texto III para responder às questões de números 09 e 10.

TEXTO III

*Painel do Leitor*

Arruda

Pelo menos *neste* Carnaval, o governador José Roberto Arruda pode dizer que “dançou”. E como destaque.

(C.G. – São Paulo, SP)

De tanto verificar que, somente em momentos de graves situações em *nosso* país – crimes hediondos, tragédias no ar, no chão, na água e na política –, as autoridades fazem-se presentes nas providências, *mas* que depois empurram os problemas para “debaixo do tapete”, estou antevendo que o caso do governador Arruda vai ficar também sem punição.

(J.B.C. – Bauru, SP)

(<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1502201010.htm>.

Acesso em 15.02.2010. Com cortes)

09. Assinale a alternativa que preenche adequadamente os espaços da frase a seguir.

Na primeira carta, o pronome *neste* indica \_\_\_\_\_; na segunda carta, o pronome *nosso* refere-se \_\_\_\_\_.

- (A) a data de publicação da carta pelo jornal ... aos brasileiros
- (B) os dias do Carnaval de 2010 ... ao autor da carta
- (C) a data de publicação da carta pelo jornal ... ao leitor da carta
- (D) os dias do Carnaval de 2010 ... ao autor da carta e alguns brasileiros
- (E) o período do Carnaval de 2010 ... ao autor e aos leitores da carta

10. Em relação à oração anterior, a conjunção *mas*, destacada na segunda carta, expressa

- (A) finalidade.
- (B) oposição.
- (C) possibilidade.
- (D) consequência.
- (E) explicação.

ATUALIDADES

11. Eleições presidenciais recentes em dois países sul-americanos demonstram a diversificação de linha política no continente pois, enquanto

- (A) no Peru o eleito é frontalmente contra a integração bolivariana proposta por Hugo Chávez, no Chile o novo presidente é aliado do venezuelano.
- (B) na Bolívia a reeleição de Evo Morales demonstra a permanência da esquerda no governo, no Uruguai o presidente eleito é de direita.
- (C) no Paraguai o recém-eleito é de direita e contra a permanência do país no Mercosul, no Equador o presidente eleito é de esquerda.
- (D) na Colômbia o novo presidente é socialista e aliado de Hugo Chávez, no Peru o eleito é de extrema direita.
- (E) no Uruguai o novo presidente é um ex-guerrilheiro de esquerda, no Chile foi eleito um rico empresário de direita.

12. Cotidianamente, está na capa do jornal *O Estado de S.Paulo* e no *site* do jornal na internet a seguinte nota: “Estado” sob censura.

A censura ao jornal e ao *site* está relacionada a uma decisão judicial que proíbe o jornal *O Estado de S.Paulo* de

- (A) publicar notícias referentes à atuação do empresário filho do senador José Sarney.
- (B) veicular informações sobre as variações cambiais decididas pelo Banco Central.
- (C) divulgar editoriais que tratassem das próximas eleições presidenciais em 2010.
- (D) noticiar informações não devidamente comprovadas de corrupção no governo federal.
- (E) comentar casos de assédio moral ou de *lobbies* de construtoras sobre deputados.

13. Em dezembro de 2009, realizou-se em Copenhagen a 15.<sup>a</sup> Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP-15). Sobre esse evento, é correto afirmar que
- (A) países emergentes como a China e a Índia assumiram posições favoráveis ao rígido controle de emissão dos gases do efeito estufa.
  - (B) houve acordo para a transferência de recursos financeiros das potências econômicas para os países mais pobres.
  - (C) um de seus principais objetivos era transferir o controle das emissões de gases do efeito estufa da ONU para a OTAN.
  - (D) foi considerado muito produtivo, pois foram tomadas decisões científicas fundamentais para deter o aquecimento global.
  - (E) os Estados Unidos integraram-se aos esforços do encontro e comprometeram-se a reduzir em 25% a emissão de gases até o ano de 2015.
14. Em fevereiro de 2010, várias reportagens em jornais, revistas e na TV lembraram os 20 anos de libertação de Nelson Mandela, que teve papel destacado na história recente do mundo ocidental porque
- (A) era o único combatente, ainda preso, que lutou pela expulsão dos ingleses do sul da África.
  - (B) foi um dos responsáveis pelo processo de extinção do *apartheid* na África do Sul.
  - (C) colaborou no processo de independência em vários países sul-africanos.
  - (D) impediu que milhares de africanos entrassem em conflitos por causa da escassez de água.
  - (E) lutou contra o avanço do comunismo na África do Sul e em Angola.
15. Uma grande discussão tem sido levantada sobre as mudanças climáticas do planeta. Recentemente, a questão do aquecimento global foi
- (A) mais evidenciada devido ao aparecimento do fenômeno El Niño no litoral brasileiro.
  - (B) desmentida, porque comprovou-se que as calotas polares voltaram novamente a aumentar de extensão.
  - (C) colocada em dúvida, pois descobriu-se que vários relatórios divulgados sobre o assunto não tinham base científica.
  - (D) tornada menos dramática, pois as medidas utilizadas para reduzir a emissão de gases estufa têm sido eficientes.
  - (E) levada do âmbito da climatologia para a geopolítica devido ao futuro desaparecimento de algumas ilhas no oceano Pacífico.
16. *Brasileiros são atacados em país vizinho*
- Na véspera de Natal (24/12) um grupo de brasileiros, incluindo mulheres e crianças, foi atacado por mais de 300 habitantes da localidade de Albina, a 150 quilômetros da capital do país. Sobre esse fato leia as afirmações.
- I. O país onde ocorreu esse fato é o Suriname, antiga colônia holandesa.
  - II. O Suriname é um país situado a oeste do Brasil e faz fronteira com o Mato Grosso.
  - III. A maior parte dos brasileiros que vive na região trabalha em garimpos.
- Está correto somente o que se afirma em
- (A) I.
  - (B) I e II.
  - (C) I e III.
  - (D) II.
  - (E) II e III.
17. Um conjunto de cinco países europeus, batizados de *Piigs*, tem preocupado os demais membros da União Europeia e, também, boa parte do mundo devido
- (A) às políticas adotadas pelos governos no sentido de expulsar os imigrantes através do uso de força militar, o que já ocorre na Itália.
  - (B) às restrições que os cinco países têm feito à integração europeia, pois já abandonaram a “zona do Euro”, como fez a Irlanda.
  - (C) ao fato de os cinco países serem governados por partidos de extrema direita que pretendem dissolver a União Europeia, como é exemplo Portugal.
  - (D) à dificuldade dos governos em conter os altos déficits nos orçamentos e honrar suas dívidas, como é o caso da Grécia.
  - (E) ao fechamento de seus bancos estatais, provocando o início de uma moratória europeia, como o que ocorre na Espanha.

18. Queda das *commodities* intensifica perda no país

Com o preço das *commodities* em queda diante das incertezas globais, a atratividade de muitas das maiores ações de empresas brasileiras diminui.

(Folha de S.Paulo, 05.02.2010)

As empresas brasileiras de que trata o texto estão ligadas

- (A) à produção de bens para a agroindústria, como tratores.
- (B) ao processamento de dados, como a indústria de informática.
- (C) às comunicações, como as empresas de telefonia.
- (D) ao setor de indústrias de bens de consumo, como a automobilística.
- (E) à extração de matérias-primas, como ferro e petróleo.

19. Sobre a situação do Haiti pós-terremoto são feitas as afirmações:

- I. os maiores danos provocados pelo terremoto ocorreram na zona rural, pois a capital Porto Príncipe pouco sofreu;
- II. a chegada de tropas e grupos de segurança dos Estados Unidos provocou alguns desentendimentos com a missão brasileira;
- III. o Brasil deixou o comando das tropas da Minustah, missão de paz da Organização das Nações Unidas (ONU) no Haiti, devido à pressão dos europeus.

Está correto somente o que se afirma em

- (A) I.
  - (B) I e II.
  - (C) II.
  - (D) II e III.
  - (E) III.
20. Uma das últimas decisões do Senado antes do período de recesso ocorreu em meados de dezembro de 2009, quando os senadores da base aliada conseguiram
- (A) rejeitar o pedido de *impeachment* do prefeito de Curitiba, acusado de improbidade administrativa.
  - (B) conservar o direito de dispor de passagens aéreas para os senadores e seus familiares mais próximos.
  - (C) aprovar o protocolo de adesão da Venezuela ao Mercosul, tornando esse país novo membro do Bloco.
  - (D) manter a soberania da embaixada brasileira em Honduras após a acusação de esta dar abrigo ao presidente deposto.
  - (E) retirar as ameaças de instauração de CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) às contas administrativas do Senado.

## LÍNGUA INGLESA

Leia o texto e responda às questões de números 21 a 25.

*What is graphic design?*

Graphic design is the most ubiquitous of all the arts. It responds to needs at once personal and public, embraces concerns both economic and ergonomic, and is informed by many disciplines, including art and architecture, philosophy and ethics, literature and language, science and politics and performance.

Graphic design is everywhere, touching everything we do, everything we see, everything we buy: we see it on billboards and in Bibles, on taxi receipts and on websites, on birth certificates and on gift certificates, on the folded circulars inside jars of aspirin and on the thick pages of children's chubby board books.

Graphic design is the boldly directional arrows on street signs and the monochromatic front page of the *Wall Street Journal*. It is hang-tags in clothing stores, postage stamps and food packaging, fascist propaganda posters and brainless junk mail.

Graphic design is complex combinations of words and pictures, numbers and charts, photographs and illustrations that, in order to succeed, demands the clear thinking of a particularly thoughtful individual who can orchestrate these elements so they all add up to something distinctive, or useful, or playful, or surprising, or subversive or somehow memorable.

Graphic design is a popular art and a practical art, an applied art and an ancient art. Simply put, it is the art of visualizing ideas.

Jessica Helfand

([www.aiga.org/content.cfm/what-is-design](http://www.aiga.org/content.cfm/what-is-design). Adaptado)

21. De acordo com o texto, o design gráfico

- (A) deve atender às necessidades públicas e não às pessoais.
- (B) foi ignorado na página monocromática do *Wall Street Journal*.
- (C) incorpora contribuições de diversas áreas de conhecimento.
- (D) é uma arte popular, pois deve comunicar figuras às massas.
- (E) pode ser subversivo, como nos posters de propaganda fascista.

22. O trecho que explica a frase inicial do texto – *Graphic design is the most ubiquitous of all the arts.* – é

- (A) demands the clear thinking of a particularly thoughtful individual who can orchestrate these elements.
- (B) Graphic design is everywhere, touching everything we do, everything we see, everything we buy.
- (C) Simply put, it is the art of visualizing ideas.
- (D) the monochromatic front page of the *Wall Street Journal*.
- (E) and is informed by many disciplines.

23. No trecho do quarto parágrafo – *in order to succeed, demands the clear thinking of a particularly thoughtful individual* – a expressão *in order to* indica

- (A) consequência.
- (B) alternativa.
- (C) exemplificação.
- (D) causa.
- (E) finalidade.

24. Dois exemplos de elementos a que se refere *these elements* no trecho do quarto parágrafo – *particularly thoughtful individual who can orchestrate these elements* – são:

- (A) illustrations; words.
- (B) surprising; charts.
- (C) useful; memorable.
- (D) numbers; individual.
- (E) subversive; thoughtful.

25. A última frase do texto – *Simply put, it is the art of visualizing ideas.* – significa

- (A) A arte de visualizar ideias com simplicidade é prerrogativa do design.
- (B) Em suma, o design gráfico é a arte de visualizar ideias.
- (C) O design gráfico é uma arte simples de colocar ideias visuais.
- (D) A visão de ideias artísticas não é simples.
- (E) Resumir ideias visuais é colocá-las de modo simples.

Leia o texto e responda às questões de números 26 a 30.

### *Social Class & Attitudes*

A social class is a group of people who have approximately equal social position as viewed by others in the society. Almost every society has some social class structure which is closely related to an individual's occupation, but it may also be influenced by education, community participation where a person lives, income, possessions, social skills and other factors including family background.

In most countries there is some general relationship between income level and the social class. But the tastes and preferences, especially of consumer items, can vary greatly within the same income groups and social classes. So, income itself is usually not a final yardstick to determine the consumer class.

People in different social classes may spend, save and borrow money in different ways. For example, spending for clothing, housing, home furnishings, and leisure activities, as well as choice of time and place of shopping often vary with social class. Marketers need to know who their target clientele are. Approaches for measuring target groupings are based on person's occupation, education, and type and location of the housing.

(www.adcci.gov.ae:90/public/media/Magazines/management.htm. Adaptado)

26. According to the text,

- (A) people who have stronger social skills usually have a better job.
- (B) a high income level seldom translates into high consumer value.
- (C) saving and borrowing patterns are related to income levels.
- (D) marketers have to define the target public for their products.
- (E) high income individuals prefer to buy in shopping malls.

27. A classe social

- (A) é definida pela faixa de renda familiar do indivíduo.
- (B) é a posição social na participação comunitária do ambiente de uma pessoa.
- (C) pode ser influenciada por diversos fatores, como ocupação e educação.
- (D) abrange comportamentos de consumo diverso, mas a mesma origem social.
- (E) agrupa pessoas com atividades e tipo de lazer semelhante.

28. No trecho do segundo parágrafo – *So, income itself is usually not a final yardstick to determine the consumer class.* – a palavra *So* pode ser substituída, sem alteração de sentido, por

- (A) Therefore.
- (B) However.
- (C) Although.
- (D) Furthermore.
- (E) Whereas.



29. No trecho do último parágrafo do texto – *as well as choice of time and place of shopping* – a expressão *as well as* significa, em português,
- (A) boa.
  - (B) bem.
  - (C) como.
  - (D) tão bom.
  - (E) bem como.
30. No trecho do último parágrafo do texto – *often vary with social class.* – a palavra *often* indica
- (A) tempo passado.
  - (B) modalidade.
  - (C) lugar.
  - (D) frequência.
  - (E) casualidade.
31. A venda pessoal é uma ferramenta bastante eficaz em estágios mais avançados do processo de compra, especialmente para aumentar a preferência do comprador e levá-lo à ação. As vendas pessoais possuem três características distintas, que são:
- (A) interação pessoal, aprofundamento e resposta.
  - (B) personalização, interação pessoal e relevância.
  - (C) interação pessoal, aprofundamento e personalização.
  - (D) comunicação, incentivo e convite.
  - (E) comunicação, alta credibilidade e interação pessoal.
32. A Comunicação Integrada de Marketing é um conceito de planejamento de comunicação que tem sido adotado cada vez mais pelas empresas. Esse tipo de planejamento torna-se relevante para as empresas porque
- (A) é capaz de avaliar os papéis estratégicos das disciplinas tradicionais da comunicação: TV, rádio e mídia impressa.
  - (B) é capaz de combinar os diversos tipos de ferramentas de comunicação, inclusive os novos tipos de mídia, da crescente sofisticação dos consumidores e da segmentação do mercado.
  - (C) é capaz de avaliar os meios de comunicação tradicional com a segmentação do mercado.
  - (D) é capaz de avaliar a sofisticação dos consumidores com a comunicação digital.
  - (E) avalia as duas ferramentas de comunicação consideradas mais importantes para a empresa.
33. As bases normalmente utilizadas para segmentar mercados de consumo são:
- (A) segmentação geográfica, psicológica e social.
  - (B) segmentação geográfica, intelectual, pseudo-cultural e social.
  - (C) segmentação demográfica, cultural, geográfica e de classe social.
  - (D) segmentação geográfica, demográfica, psicográfica e de benefícios e usos.
  - (E) segmentação geográfica, cultural, social e global.
34. Um dos papéis da pesquisa de marketing é diagnóstica e tem como objetivo incluir
- (A) a coleta, a apresentação, a explicação dos dados e das tendências.
  - (B) a coleta e a apresentação de declarações factuais, apenas.
  - (C) a apresentação de tendências, apenas.
  - (D) a coleta e a explicação das tendências, apenas.
  - (E) a coleta, apenas.

### CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. Algumas filosofias influenciam fortemente as atividades de marketing em uma organização. Elas são referidas como
- (A) orientações de marketing para produção, vendas, mercado e sociedade.
  - (B) orientações de vendas.
  - (C) orientações de comunicação e logística.
  - (D) orientações de marketing para logística, produção e vendas.
  - (E) orientações de comunicação para mercado, sociedade e vendas.
32. O mix de comunicação de marketing é composto pelas seguintes formas essenciais de comunicação:
- (A) promoção de vendas, eventos, relações públicas e preço.
  - (B) propaganda, promoção de vendas, eventos, relações públicas e teste de produto.
  - (C) propaganda, relações públicas e marketing indireto.
  - (D) propaganda, promoção de vendas, eventos, relações públicas, marketing direto e indireto.
  - (E) propaganda, promoção de vendas, eventos, relações públicas, marketing direto e vendas pessoais.

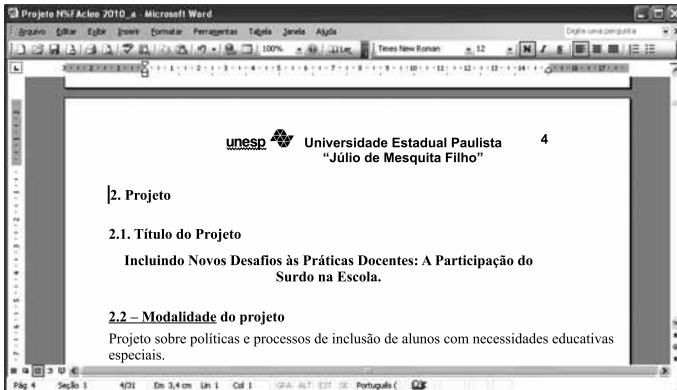
37. Os dados secundários são uma ferramenta valiosa em todo o processo de pesquisa. Definem-se por dados secundários
- (A) os dados de pesquisa de mercado qualitativo que ainda não foram encomendados.
  - (B) os dados existentes, coletados anteriormente, para uma finalidade.
  - (C) os dados considerados de fontes primárias e englobam as pesquisas quantitativas.
  - (D) os dados de pesquisa qualitativa e quantitativa que serão encomendados pela empresa.
  - (E) informações coletadas de pesquisas *ad-hoc*, pela internet.
38. A primeira etapa no processo de pesquisa em marketing deve ser:
- (A) coleta de dados.
  - (B) planejamento do processo e coleta de dados primários.
  - (C) identificação e formulação do problema.
  - (D) segmentação do mercado-alvo.
  - (E) desenho do questionário a ser aplicado em campo.
39. Sempre que se utiliza uma amostra em pesquisa de marketing, ocorrem dois tipos de erros: erro de medição e de amostragem. O erro de amostragem ocorre quando
- (A) o entrevistado informa algo que não é verdadeiro.
  - (B) o pesquisador anota informação errada no questionário.
  - (C) o entrevistado se recusa a dar informações.
  - (D) a amostra não representa o público alvo.
  - (E) a amostra é probabilística.
40. O ciclo de vida de um produto é um dos conceitos mais familiares em marketing. Ele passa pelos seguintes estágios:
- (A) lançamento, maturidade e declínio.
  - (B) desenvolvimento do protótipo, lançamento, inovação e maturidade.
  - (C) lançamento, crescimento, maturidade e declínio.
  - (D) lançamento, desenvolvimento e maturidade.
  - (E) desenvolvimento, lançamento, maturidade e declínio.
41. O composto de marketing tem como função analisar
- (A) a segmentação, o preço e a comunicação do produto.
  - (B) o produto, o preço, a promoção e o ponto de venda.
  - (C) a comunicação, a distribuição e o comportamento do consumidor.
  - (D) o gerenciamento de comunicação integrado de marketing.
  - (E) o planejamento de marketing.
42. Uma das etapas do planejamento estratégico das UEs (unidades de negócios) é a análise SWOT. Ela envolve o monitoramento
- (A) dos consumidores e do público-alvo.
  - (B) dos ambientes externo e interno.
  - (C) do estabelecimento de metas.
  - (D) da missão do negócio.
  - (E) da formulação de estratégias.
43. Os canais de marketing para produtos de consumo são:
- (A) canal direto, varejista, distribuidor e atacadista.
  - (B) canal direto, atacadista e distribuidor, apenas.
  - (C) canal direto e distribuidor, apenas.
  - (D) canal atacadista e distribuidor, apenas.
  - (E) canal varejista e distribuidor, apenas.
44. As três funções básicas do canal de marketing executadas pelos intermediários são : transacionais, logísticas e de facilitação. Entende-se por funções logísticas
- (A) o contato e a promoção.
  - (B) a distribuição física, a promoção e a comunicação.
  - (C) a distribuição física, o armazenamento e a classificação.
  - (D) a pesquisa, o financiamento e a venda.
  - (E) a negociação e o risco assumido.

45. Na barra de Revisão do MS Word 2003 exibida a seguir, o ícone apontado pela seta deve ser acionado quando se deseja



- (A) Mostrar painel de revisão.  
 (B) Cancelar alterações.  
 (C) Inserir comentário.  
 (D) Aceitar alteração.  
 (E) Fazer alterações.

46. Observe a imagem do texto digitado no MS Word 2003, em sua configuração padrão.



Com o cursor posicionado antes do número dois, na primeira linha do texto, foram pressionadas as teclas Ctrl + Enter. O efeito obtido no texto foi:

- (A) o avanço de uma linha para baixo.  
 (B) o cursor avançou uma linha.  
 (C) a tabulação do parágrafo.  
 (D) o avanço de uma página.  
 (E) a eliminação da linha.
47. Com relação ao envio de *e-mail*, com arquivos anexos, assinale a alternativa correta.
- (A) Não se pode enviar arquivo com extensão .bmp.  
 (B) O limite do tamanho do arquivo anexo é de 20 kbytes.  
 (C) Arquivos anexos têm maior facilidade de envio se estiverem compactados.  
 (D) Não se pode enviar um *e-mail* com arquivo anexo para mais de 30 pessoas simultaneamente.  
 (E) Conteúdo de arquivos com extensão .txt deve ser colocado no corpo do *e-mail* e não deve ser anexado.
48. No Internet Explorer 8, em sua configuração padrão, no menu Ferramentas, Opções da Internet, na aba Conteúdo, pode-se habilitar a classificação de conteúdo a ser exibido como
- (A) Nenhum, Limitado, Alguns e Irrestrito.  
 (B) Ler, Editar, Limitado e Alguns.  
 (C) Todos, Ler, Alterar e Limitado.  
 (D) Alguns, Irrestrito, Todos e Limitado.  
 (E) Nenhum, Todos, Limitado e Alguns.

49. Observe a imagem da planilha digitada no MS Excel 2003, em sua configuração padrão.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1									
2		Alojamento Bem Viver							
3		Nome	Sexo	Idade	DST	Bolsas			
4									
5		Maria Aparecida	F	14	S	R\$ 200,00			
6		Rogério Silva	M	13	N	R\$ 100,00			
7		Pedro de Toledo	M	12	S	R\$ 100,00			
8		Julia Salgado	F	9	N	R\$ 100,00			
9		Adolfo Jorge	M	16	S	R\$ 100,00			
10		Minian Leite	F	11	N	R\$ 100,00			
11		Leticia Pereira	F	12	S	R\$ 200,00			
12									
13		Total das Bolsas				R\$ 900,00			
14									
15									

Assinale a expressão que deve ser aplicada em E5 e copiada para as células E6, E7, E8, E9, E10 e E11, de forma a atribuir o valor de R\$ 100,00 caso o aluno seja do sexo feminino (F), idade maior ou igual a 12 anos e DST igual a sim (S); caso contrário, atribuir o valor R\$ 200,00.

- (A) =SE(B5="F" AND C5>=12 AND D5="S";200;100)  
 (B) =SE(B5="F";C5>=12;D5="S");100;200)  
 (C) =SE(E(B5="F";C5>=12;D5="S");100;200)  
 (D) =SE(OU(B5="F";C5>=12;D5="S");200;100)  
 (E) =SE(E(B5="F";C5>=12;D5="S");200;100)

50. Observe a imagem da planilha digitada no MS Excel 2003, em sua configuração padrão.

	A	B	C	D	E	F	
1		Tabela de Custos dos Materiais					
2							
3		Valor Unitário	Produto	Quantidade	Valor Total	% do Total	
4		R\$ 300,00	Camera D-Link	1	R\$ 300,00	0,00	
5		R\$ 200,00	Placa Mãe	4	R\$ 800,00	14,29	
6		R\$ 100,00	Placa de Rede	45	R\$ 4.500,00	80,36	
7							
8			Total Geral		R\$ 5.600,00	94,64	
9							
10							
11							
12							
13							

A expressão que deve ser aplicada para se calcular o campo % do Total, na célula E4, quando os elementos da célula C4 forem maiores ou iguais a três e preencher com zero em caso contrário, sendo copiada através da alça de preenchimento para as células E5 e E6, é

- (A) =SE(C4>3;((D4\*100)/D\$8);0)  
 (B) =SE(C4>=3;((D4\*100)/D\$8);0)  
 (C) =SE(C4>=3;((D4\*D\$8)/100);0)  
 (D) =SE(C4>=3;((D4\*100)/D\$8);0)  
 (E) =SE(C4>=3;((D4\*\$D8)/100);0)