

CONCURSO PÚBLICO

65. PROVA OBJETIVA

ANALISTA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (VENDA TÉCNICA)

- ♦ 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 DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
(VENDA TÉCNICA)

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.
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)

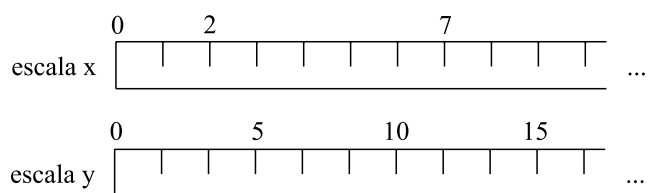
(<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1502201010.htm>. Acesso em 15.02.2010. Com cortes)

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.

11. A população do país X é composta por $1,2 \cdot 10^8$ habitantes, e seu território ocupa $4 \cdot 10^6$ km². Sabendo-se que a densidade demográfica de um país é o quociente entre a população e a área territorial, a densidade do país X, em habitantes, por km², é
- (A) 0,3.
- (B) 3.
- (C) 30.
- (D) 300.
- (E) 3 000.

12. Parte de um rolo de 198 metros de barbante será reservada para amarrar pacotes do tipo X, e o resto do rolo, para amarrar pacotes do tipo Y. Para amarrar todos os pacotes do tipo Y, gasta-se o triplo da quantidade de barbante que se gasta para amarrar os pacotes do tipo X. Nas condições dadas, a quantidade a mais de barbante que deve ser reservada para os pacotes do tipo Y em relação à quantidade reservada para os pacotes do tipo X, em metros, é de
- (A) 94,5.
- (B) 96.
- (C) 98,5.
- (D) 99.
- (E) 100,5.

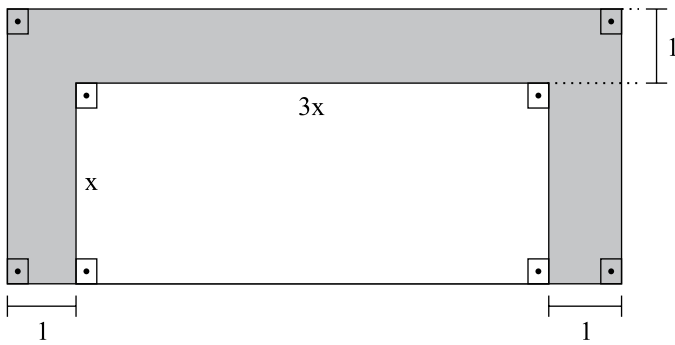
13. Uma régua está marcada na escala x, e outra, na escala y, conforme indica a figura a seguir.



Considerando-se que as régua estão com suas marcações perfeitamente alinhadas, o número 135 da escala y irá corresponder, na escala x, ao número

- (A) 27.
- (B) 33.
- (C) 54.
- (D) 81.
- (E) 85.

14. A figura representa uma calçada (área sombreada), e um jardim retangular de comprimento igual ao triplo da largura. Todas as medidas na figura estão em metros.



Sabendo-se que a área do jardim é igual à área da calçada, ambas em m^2 , o perímetro do jardim, em metros, é igual a

- (A) 14.
 (B) 16.
 (C) 18.
 (D) 20.
 (E) 22.
15. João vendeu uma fazenda localizada em um terreno retangular de 1,5 km por 800 m, por R\$ 600.000,00. O valor do metro quadrado das terras vendidas por João foi de
- (A) R\$ 0,50.
 (B) R\$ 2,00.
 (C) R\$ 500,00.
 (D) R\$ 2.000,00.
 (E) R\$ 9.000,00.

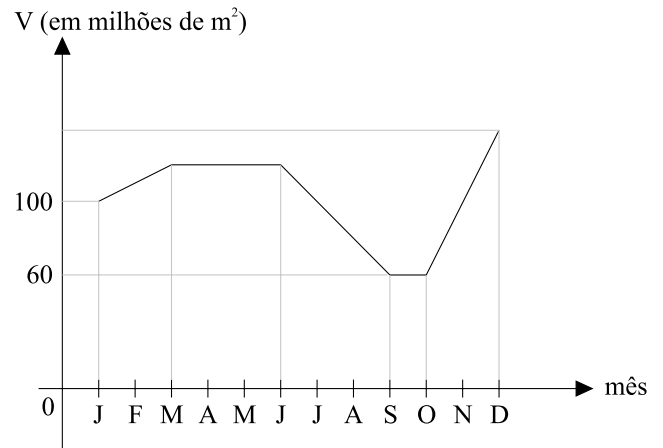
16. Maria pegou R\$ 1.000,00 emprestados de Paulo no dia 1º de janeiro para pagar de uma só vez nas seguintes condições:

DIA DO PAGAMENTO	VALOR A SER PAGO (EM R\$)
1 de janeiro	1.000,00
2 de janeiro	1.000,00 acrescidos de 0,1%
3 de janeiro	1.000,00 acrescidos de 0,2%
4 de janeiro	1.000,00 acrescidos de 0,3%
5 de janeiro	1.000,00 acrescidos de 0,4%
:	:

Sendo x o dia de janeiro em que Maria decide pagar sua dívida com Paulo, é correto afirmar que o valor a ser pago, em reais, será dado pela expressão

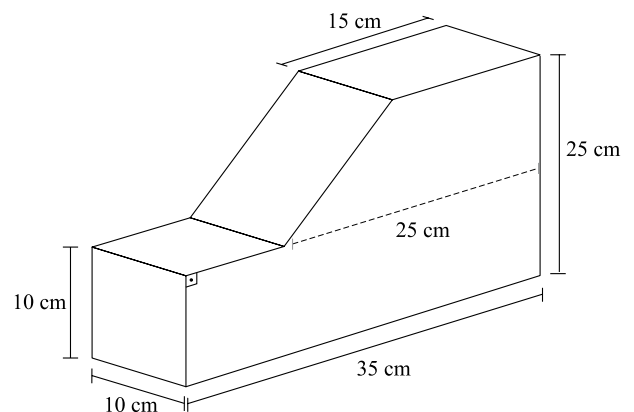
- (A) $1.000(x-1)$.
 (B) $1.000 + x$.
 (C) $1.000(2x - 1)$.
 (D) $999x$.
 (E) $999 + x$.

17. O gráfico representa o volume de água em um reservatório em função dos meses de um ano.



A análise do gráfico permite afirmar que

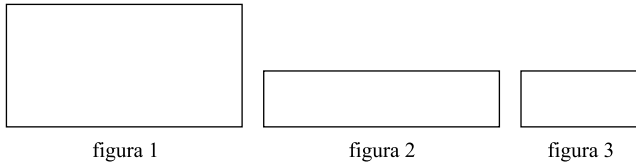
- (A) em nenhum mês do ano o reservatório ficou com volume de água inferior a 90 milhões de metros cúbicos.
 (B) sempre houve aumento ou diminuição do volume de água em meses consecutivos.
 (C) o mesmo nível de volume de água registrado em janeiro ocorreu em outros dois instantes ao longo do ano.
 (D) o maior volume de água foi registrado entre os meses de março e junho.
 (E) houve aumento de 50% no volume de água entre os meses de janeiro e dezembro.
18. Um bloco retangular maciço de isopor, medindo 10 cm x 35 cm x 25 cm, foi cortado, resultando no bloco indicado na figura a seguir.



O volume de isopor remanescente no bloco após o corte, em cm^3 , é

- (A) 5 600.
 (B) 5 800.
 (C) 6 200.
 (D) 6 500.
 (E) 6 800.

19. Uma folha retangular de papel (figura 1) foi dobrada horizontalmente ao meio (figura 2) e, em seguida, foi dobrada verticalmente ao meio (figura 3)



Sendo A_1 e A_3 as áreas das figuras 1 e 3, respectivamente, e D_1 e D_3 as medidas das diagonais das figuras 1 e 3, respectivamente, é correto afirmar que

- (A) $A_1 = 4A_3$ e $D_1 = 2D_3$.
(B) $A_1 = 4A_3$ e $D_1 = 4D_3$.
(C) $A_1 = 2A_3$ e $D_1 = 4D_3$.
(D) $A_1 = 4A_3$ e $D_1 = 3D_3$.
(E) $A_1 = 4A_3$ e $D_1 = 1,5D_3$.
20. Os promotores de um evento precisam arrecadar R\$ 60.000,00 em ingressos para que haja lucro. O auditório onde será realizado o evento tem 3 000 lugares, sendo que 1 800 são no piso inferior e os demais, no piso superior. O preço de cada lugar no piso inferior custará R\$ 10,00 a mais do que o preço de cada lugar no piso superior.

Para atender às necessidades de arrecadação do evento, o ingresso mais barato deve custar

- (A) R\$ 11,00.
(B) R\$ 12,00.
(C) R\$ 14,00.
(D) R\$ 15,00.
(E) R\$ 16,00.

R A S C U N H O

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. 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. Uma conexão segura, utilizando certificados SSL, consiste em
- (A) uma chave privada, apenas.
 - (B) uma chave privada e duas chaves públicas.
 - (C) uma chave pública e uma chave privada.
 - (D) duas chaves públicas e uma chave privada.
 - (E) uma autenticação (usuário e senha) no servidor e uma chave pública.
32. A porta TCP padrão para conexões por intermédio do SSL (HTTPS) é a de número
- (A) 22.
 - (B) 125.
 - (C) 443.
 - (D) 8080.
 - (E) 8081.
33. Uma empresa adquiriu há um ano um certificado digital do tipo A1. Pelo fato de o certificado digital estar na data de expiração, ele precisa ser renovado. Para certificados digitais do tipo A1, o número máximo de renovações eletrônicas possíveis é igual a
- (A) 1.
 - (B) 2.
 - (C) 3.
 - (D) 4.
 - (E) 5.
34. Em relação ao processo de obtenção do certificado digital, considerando que os dados para a criação foram enviados para uma autoridade certificadora por meio eletrônico, o próximo passo é
- (A) agendar uma visita com uma autoridade de registro para validar os dados pessoais enviados por intermédio do *site* de uma autoridade certificadora.
 - (B) aguardar o recebimento do certificado digital por *email* e, depois, comparecer em uma autoridade de registro para obtenção das chaves públicas e chaves privadas.
 - (C) aguardar o recebimento do código de geração do certificado por intermédio do *email* para, depois, validar os seus dados novamente no *site* da autoridade certificadora.
 - (D) confirmar o recebimento do pré-certificado em seu *email* pessoal para confirmar que os dados pessoais foram suficientes para a geração do certificado digital.
 - (E) comparecer na autoridade certificadora com uma cópia do certificado disponibilizado em seu *email*, para que esse certificado seja validado eletronicamente.
35. Para definir as configurações do servidor em cada diretório de forma distinta do servidor Apache 2.0 utiliza-se
- (A) a diretiva <ConfDir>.
 - (B) a diretiva <DirectoryMatch>.
 - (C) o arquivo accessDir.
 - (D) o arquivo .htaccess.
 - (E) o módulo Access.mod.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. No servidor Web Apache, para indicar configurações específicas para um determinado *host* ou IP, utiliza-se a diretiva
- (A) <VirtualDomain>.
 - (B) <VirtualHost>.
 - (C) <VirtualName>.
 - (D) <VirtualServer>.
 - (E) <VirtualSite>.
32. Na versão 7, do *Internet Information Services*, o módulo utilizado para executar aplicações ASP.NET e PHP no mesmo servidor é o
- (A) FastCGI.
 - (B) JoinTech.
 - (C) ModPHP.
 - (D) PHP_ASP.mod.
 - (E) PHPintegrate.
33. Para definir as configurações do servidor em cada diretório de forma distinta do servidor Apache 2.0 utiliza-se
- (A) a diretiva <ConfDir>.
 - (B) a diretiva <DirectoryMatch>.
 - (C) o arquivo accessDir.
 - (D) o arquivo .htaccess.
 - (E) o módulo Access.mod.

38. Uma empresa adquiriu um certificado digital do tipo S4 e deseja utilizá-lo para cifrar os documentos. Para isso, é necessário que o computador do usuário tenha leitor de

- (A) CD/DVD.
- (B) Disquete.
- (C) Disco Externo.
- (D) *Pen Drive*.
- (E) *Smartcard/Token*.

39. Em relação à validade judicial de documentos assinados digitalmente por meio do uso de certificado digital, com base no Art. 10 da MP n.º 2.200-2, esses documentos

- (A) possuem validade judicial inquestionável.
- (B) possuem validade judicial desde que o certificado digital tenha sido gerado no âmbito da ICP Brasil.
- (C) possuem validade judicial desde que o certificado digital utilizado seja das mesmas pessoas envolvidas no documento em questão.
- (D) não possuem validade jurídica, pois não podem ser adicionados aos autos de um processo.
- (E) não possuem validade jurídica, pois não podem ser reconhecidos em cartório.

40. No gerenciamento de projetos de sistemas computacionais, há a importante atividade conhecida como gestão de configuração de *software*. Possíveis atividades desenvolvidas na gestão de configuração de *software* são:

- I. identificar as modificações necessárias;
- II. controlar as modificações necessárias;
- III. relatar adequadamente as modificações efetuadas.

Sobre as afirmações, pode-se dizer que está correto o contido em

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

41. No gerenciamento de projetos de sistemas computacionais, há uma métrica que fornece a eficiência na remoção de erros ou defeitos (DRE – *Defect Removal Efficiency*). Sendo E, a quantidade de erros encontrados antes da entrega do *software* ao usuário final e D, a quantidade de erros encontrados após a entrega, DRE é calculado pela seguinte expressão:

(A) $DRE = E - D$

(B) $DRE = \frac{E}{D}$

(C) $DRE = \frac{D}{E - D}$

(D) $DRE = \frac{E}{E + D}$

(E) $DRE = \frac{E - D}{E}$

As questões de números 42 a 46 referem-se ao conhecimento tributário e utilizarão as seguintes informações:

Supondo que em uma determinada empresa ABC tenha as seguintes condições de comercialização:

1. o serviço tenha um custo unitário total de R\$ 200,00;
2. a margem de lucro a ser aplicada sobre o preço de custo seja de 100%;
3. a alíquota do ICMS seja de 18%, supondo aplicável neste serviço;
4. a alíquota do ISS seja de 5%;
5. as alíquotas não-cumulativas do PIS e da COFINS são 1,65% e 7,6%, respectivamente;
6. no ano do calendário anterior, o percentual do IRPJ e da CSLL em relação ao valor da receita bruta operacional era de 2,5% e 1,5%, respectivamente;
7. a empresa irá fixar seu Preço de Venda (PV) de forma a repassar todos os tributos para o comprador.

42. O preço de venda do serviço, sem o valor dos tributos, é de

- (A) R\$ 200,00.
- (B) R\$ 300,00.
- (C) R\$ 400,00.
- (D) R\$ 500,43.
- (E) R\$ 545,00.

43. O valor da margem de lucros desse serviço, sem o valor dos tributos, é de

- (A) R\$ 100,00.
- (B) R\$ 150,00.
- (C) R\$ 175,43.
- (D) R\$ 200,00.
- (E) R\$ 250,43.

44. O valor somado de ICMS e de PIS é de
- (A) R\$ 201,95.
 - (B) R\$ 123,29.
 - (C) R\$ 112,94.
 - (D) R\$ 78,66.
 - (E) R\$ 39,33.
45. O valor somado de COFINS, IRPJ e CSLL é de
- (A) R\$ 46,40.
 - (B) R\$ 47,69.
 - (C) R\$ 59,44.
 - (D) R\$ 72,78.
 - (E) R\$ 118,88.
46. O valor de ISS e o percentual de tributos total, no valor total de venda, é, respectivamente, de
- (A) R\$ 51,37 e 36,25%.
 - (B) R\$ 31,37 e 36,25%.
 - (C) R\$ 20,00 e 26,61%.
 - (D) R\$ 16,00 e 36,25%.
 - (E) R\$ 10,00 e 26,61%.

As questões de números 47 e 48 tratam da definição dos estilos de negociação em função das escolhas entre os ganhos nas questões substantivas e a manutenção do relacionamento.

47. O estilo caracterizado por alto foco nos ganhos e baixo foco no relacionamento é chamado de negociação
- (A) primal – luta.
 - (B) primal – esquiva.
 - (C) primal – fuga.
 - (D) cognitiva.
 - (E) cognitiva – luta.
48. O estilo caracterizado por baixo foco nos ganhos e baixo foco no relacionamento é chamado de negociação
- (A) cognitiva.
 - (B) cognitiva – luta.
 - (C) primal – luta.
 - (D) primal – fuga.
 - (E) primal – esquiva.

49. A Teoria do Iceberg estuda a compreensão da agenda oculta geradora de vontades a partir das partes invisíveis durante as interações dos participantes de uma negociação: sentimentos, aspirações e desejos, necessidades e impulsos. Os impulsos básicos ou instintos funcionam como uma base biológica e estão ativos desde o nascimento, constituem-se na plataforma na qual os comportamentos de cada pessoa são fixados. Esses impulsos são: aprendizagem, defesa, formação de vínculos e
- (A) descanso.
 - (B) reprodução.
 - (C) aquisição.
 - (D) saciedade.
 - (E) eliminação.
50. Para que o negociador cognitivo possa obter sucesso não basta só o conhecimento das cinco dimensões que definem a sua personalidade, é preciso também que essas dimensões estejam associadas à expressão das diversas formas de inteligência. A capacidade do negociador identificar suas qualidades, emoções, sentimentos, conhecimentos e limitações, qualificando-o a interpretar de forma correta uma situação social indica a inteligência
- (A) intrapessoal.
 - (B) linguística.
 - (C) lógico-matemática.
 - (D) motora.
 - (E) interpessoal.