

CONCURSO PÚBLICO

57. PROVA OBJETIVA

ANALISTA GRÁFICO
(IMPRESSÃO DIGITAL)

- ♦ 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 GRÁFICO (IMPRESSÃO DIGITAL)

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 pronome 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)

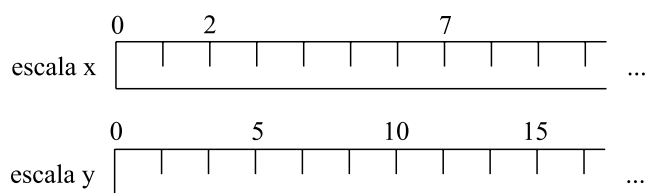
(<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1502201010.htm>. Acesso em 15.02.2010. Com cortes)

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.

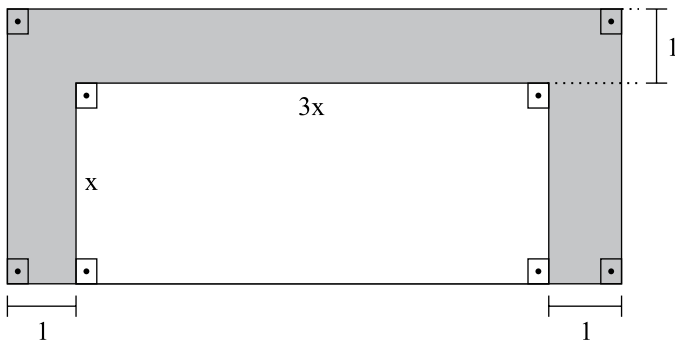
13. Uma régua está marcada na escala x, e outra, na escala y, conforme indica a figura a seguir.



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.

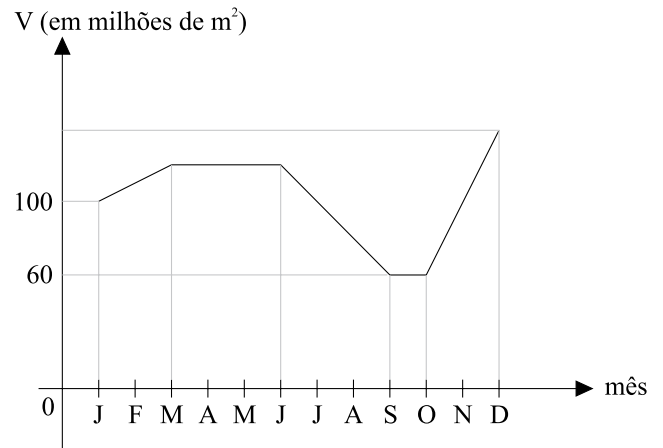
16. Maria pegou R\$ 1.000,00 emprestados de Paulo no dia 1º de janeiro para pagar de uma só vez nas seguintes condições:

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

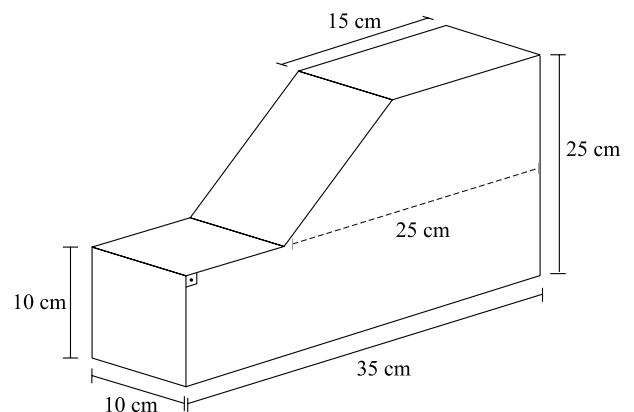
- (A) $1.000(x-1)$.
 (B) $1.000 + x$.
 (C) $1.000(2x - 1)$.
 (D) $999x$.
 (E) $999 + x$.

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

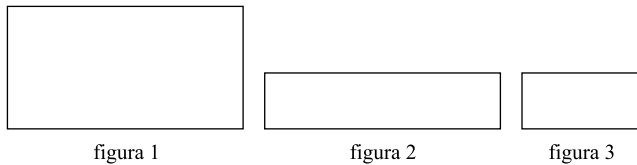
- (A) em nenhum mês do ano o reservatório ficou com volume de água inferior a 90 milhões de metros cúbicos.
 (B) sempre houve aumento ou diminuição do volume de água em meses consecutivos.
 (C) o mesmo nível de volume de água registrado em janeiro ocorreu em outros dois instantes ao longo do ano.
 (D) 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

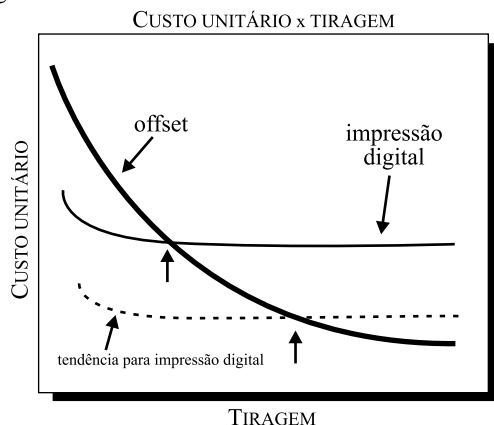
- (A) Therefore.
- (B) However.
- (C) Although.
- (D) Furthermore.
- (E) Whereas.

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.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. A transferência da imagem no processo eletrofotográfico passa por 5 etapas. São elas:
- (A) ajuste do papel, calibração, transferência, pré-carga/descarga seletiva e limpeza.
(B) revelação/aplicação de toner, descarga seletiva, transferência, fusão, e limpeza.
(C) ajuste do papel, calibração, transferência, limpeza e fusão.
(D) pré-carga/descarga seletiva, revelação/aplicação de toner, transferência, fusão e limpeza.
(E) conversão, calibração, caracterização, ajuste do papel e limpeza.
32. Analise os itens.
- I. Linguagem PPML (Personalized Print Markup Language) – linguagem padrão aberta, que faz com que os trabalhos que contêm dados variáveis sejam impressos mais rapidamente, pois permite a hospedagem de elementos que podem ser reutilizados quando houver necessidade.
- II. Impressão Transacional – impressão de registros de transações, normalmente registros de atividades econômicas entre cliente e uma empresa.
- III. Limpeza de banco de dados – processo de higienização e correção de registros de um banco de dados.
- Está correto o contido em
- (A) I e II, apenas.
(B) II e III, apenas.
(C) I e III, apenas.
(D) III, apenas.
(E) I, II e III.
33. As características exigidas de um papel destinado à impressão digital são
- (A) bom desempenho em máquina e boa printabilidade.
(B) resistência ao arrancamento e alto revestimento.
(C) alto revestimento e alto teor de pó antimaculante.
(D) autocopiativo e transparência.
(E) bom desempenho em máquina e transparência.
34. Analise as características de uma impressão digital.
- Tecnologia: jato de tinta;
 - Substrato: vinil;
 - Resistência: raios UV;
 - Aplicação: curto prazo de exposição para áreas externas.
- Assinale a alternativa que apresenta a melhor opção de tinta a ser utilizada.
- (A) Tinta à base Dye.
(B) Tintas pigmentadas.
(C) Tintas pastosas.
(D) Tintas líquidas.
(E) Tonner.
35. Atualmente, as principais características do segmento de impressão digital no ramo gráfico são:
- (A) altas tiragens, impressão *just-in-time* e impressão de embalagens.
(B) médias tiragens, impressão de tabloides de grande circulação e impressão por demanda.
(C) baixas tiragens, impressão por demanda e impressão de dados variáveis (personalização).
(D) baixas tiragens, impressão *just-in-time* e impressão de tabloides de grande circulação.
(E) Altas tiragens, impressão de dados variáveis (personalização) e impressão por demanda.
36. Sobre o desenvolvimento de um documento Transpromo, analise os requisitos necessários.
- I. É necessário o envolvimento de todas as áreas da empresa, pois é uma estratégia seguida de definição dos objetivos com uma comunicação inteligente para atingir o público alvo.
- II. A higienização do banco de dados se faz necessária para que não haja situações constrangedoras.
- III. Utilizar uma diagramação padrão para o segmento de Transpromo é indicado para todos os países que utilizam esse recurso.
- Quanto ao desenvolvimento ou implementação de um documento Transformo, pode-se afirmar que estão corretos os requisitos
- (A) II e III, apenas.
(B) I e III, apenas.
(C) I e II, apenas.
(D) III, apenas.
(E) I, II e III.

37. Analise o gráfico e assinale a alternativa que contém a interpretação adequada sobre a relação entre o custo unitário e a tiragem.



- (A) O ponto de equilíbrio de um sistema offset e o de impressão digital são diferentes.
- (B) O custo unitário do sistema offset diminui à medida que a tiragem aumenta.
- (C) O custo unitário do sistema offset aumenta à medida que a tiragem aumenta.
- (D) O custo da impressão digital é sempre o mesmo, independentemente da tiragem.
- (E) O ponto de equilíbrio da impressão digital tende a se estabilizar com uma tiragem maior.
38. Assinale a alternativa correta sobre o tamanho do papel mais indicado em equipamentos de impressão digital, alimentados por folhas, para se obter a velocidade máxima do equipamento.
- (A) A0 (841 x 1189 mm).
- (B) A1 (594 x 841 mm).
- (C) A2 (420 x 594 mm).
- (D) A3 (297 x 420 mm).
- (E) A4 (210 x 297 mm).
39. Assinale a alternativa correta sobre os tipos de impressos que estão obrigados à inscrição no registro especial para papel imune.
- (A) Livros, jornais e periódicos.
- (B) Embalagens, *displays* e *folders*.
- (C) Mala direta, *folders* e impresso de segurança.
- (D) Papelaria, livros e *displays*.
- (E) Jornais, embalagens e impresso de segurança.

40. Um *flyer* será impresso em uma gráfica rápida, com as seguintes características:

- tecnologia de impressão: jato de tinta;
- formato *flyer*: 10 x 15 cm;
- formato da folha de impressão: A4;
- sangria: 2,0 mm para cada lado;
- cores: 4 x 1;
- substrato: couché 250g/m²;
- corte: duplo;
- montagem: frente e verso.

Quantos cliques são necessários para a reprodução de 1 000 *flyers* finalizados, desconsideradas as folhas utilizadas para aprovações e os eventuais problemas na impressora?

- (A) 500.
- (B) 1 000.
- (C) 1 500.
- (D) 2 000.
- (E) 2 500.

41. Uma gráfica optou por produzir um impresso transacional em sistema híbrido de impressão (eletrostático e offset). As vantagens em se utilizar um pré-impresso na impressão digital são:

- (A) maior qualidade de impressão e variação de formatos.
- (B) maior qualidade de insumos e melhor transferência para substrato.
- (C) melhor fusão na impressão e personalização.
- (D) melhor transferência para o substrato e otimização de custo e tempo.
- (E) personalização e otimização de custo e tempo.

42. Uma gráfica possui dois sistemas de impressão: offset e digital. Possui uma infraestrutura completa com instrumentos de medição e software de gerenciamento de cores; criou perfil ICC (International Color Consortium) para cada uma das suas máquinas, seguindo os padrões da norma NBR 12647. Para que a gráfica tenha sua impressora digital simulando a impressão offset, deve-se

- (A) calibrar a impressora digital.
- (B) utilizar o perfil da impressora digital no RIP da Platesetter.
- (C) aplicar perfil da impressora digital e da impressora offset.
- (D) imprimir um *Test-Form* na impressora digital.
- (E) imprimir um *Test-Form* na impressora offset.

43. Uma gráfica rápida recebeu uma mala direta para ser impressa em impressão digital com personalização somente do nome dos clientes. A tiragem é de 50 exemplares. Ao avaliar o arquivo fechado na extensão PDF, percebeu-se a falta de *trapping* e a necessidade de personalização. Quais são os aplicativos respectivamente necessários para a execução correta desse trabalho, de acordo com a necessidade do cliente, considerando que a gráfica não possui aplicativo específico de dados variáveis e vai imprimir esse trabalho?

- (A) PhotoShop e Impose.
- (B) Color Sync e FreeFlow.
- (C) QuarkPress e PhotoShop.
- (D) PitStop e InDesign.
- (E) Word e FreeFlow.

44. Uma metalúrgica necessita da impressão de tabloides para distribuição interna em sua empresa. Com o intuito de divulgar a primeira edição de forma diferenciada, solicitou a personalização do impresso com o nome e a foto dos funcionários.

Qual é o equipamento mais recomendado para essa situação, baseado na necessidade do cliente e nas características do tabloide?

Tiragem: 50 exemplares;

Formato fechado: A4 (210 x 297 mm);

Cores: 4 x 4;

Capa: papel couché 220 g/m²;

Miolo: papel couché 90 g/m²;

Acabamento: cola e refilê.

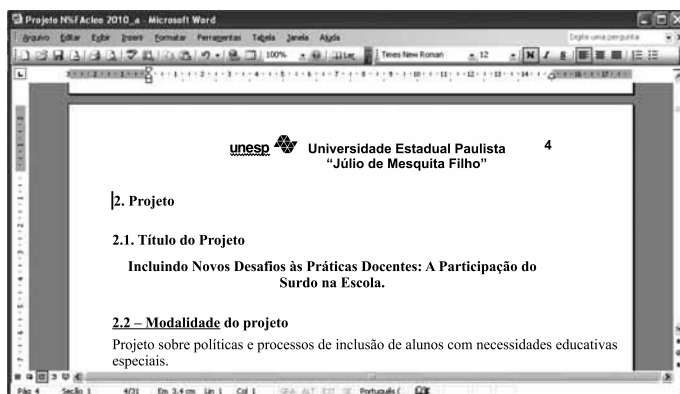
- (A) Impressora offset.
- (B) Impressora eletrostática com módulo de acabamento em linha.
- (C) Impressora jato de tinta multifuncional.
- (D) Impressora eletrostática P/B.
- (E) Plotter 4 cores (Cy, Mg, Am e Pr) e 2 cores “ligth” (Cy e Mag).

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		Alojamento Bem Viver								
2										
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 Saigado	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)