

Leia o texto a seguir e responda as questões de 1 a 9.

PRECISAMOS DE EDUCAÇÃO DIFERENTE DE ACORDO COM A CLASSE SOCIAL

Por: Gustavo Ioschpe. Em 10/07/2011. Adaptado de: <http://veja.abril.com.br/noticia/educacao/precisamos-de-educacao-diferente-de-acordo-com-a-classe-social> Acesso em 20 de janeiro de 2014.

No fim do artigo do mês passado, lancei aos nossos congressistas uma sugestão: que façam uma lei determinando que toda escola pública coloque uma placa de boa visibilidade na entrada principal com o seu Ideb. A lógica é simples. Em primeiro lugar, todo cidadão tem o direito de saber a qualidade da escola que seu filho frequenta. Hoje, esse dado está "escondido" em um site do Ministério da Educação. É irrazoável achar que um pai que nem sabe o que é o Ideb vá encontrar esse site. [...] Em segundo lugar, acredito que essa divulgação pode colaborar para quebrar a inércia da sociedade brasileira em relação às nossas escolas. Essa inércia está ancorada em uma mentira: a de que elas são boas. [...] Ninguém se indigna nem se mobiliza para combater algo que lhe parece estar bem.

A sugestão desencadeou dois movimentos rápidos, enérgicos e antagônicos. Por um lado, houve grande acolhimento da ideia entre os reformistas. [...] Ao mesmo tempo, a proposta vem sofrendo resistências. As críticas são interessantes: escancaram uma visão amplamente difundida sobre os nossos problemas educacionais que não podemos mais ignorar ou tentar contornar. [...]

Disporia essa visão em três grupos, que postulam o seguinte: 1. para o aluno pobre, o objetivo principal é estar na escola; se aprender, é um bônus; 2. a finalidade da escola deve ser o bem-estar do professor; 3. é impossível esperar que o aluno pobre, que mora na periferia e vem de família desestruturada, aprenda o mesmo que o de classe média ou alta. Claro, ninguém diz isso abertamente, mas é o **corolário** do seu pensamento. Vejamos exemplos.

Grupo 1: "o importante não é o Ideb, mas o fato de ser uma escola inclusiva", pois recebe alunos de áreas de baixa renda etc. Essa é apenas uma manifestação mais tosca e descarada de um sentimento que você já deve ter encontrado em uma roda de conversa quando, por exemplo, alguém defende a escola de tempo integral porque tira a criança da rua ou do contato com seus amigos e familiares. [...] A minha visão de educação é de que a inclusão social se dará justamente por meio do aprendizado dos conteúdos e das competências de que esse jovem precisará para ter uma vida produtiva em sociedade [...]. Muitos educadores acham que seu papel é suprir as carências - de afeto, higiene, valores de vida etc. - manifestadas pelos alunos. Podem não conseguir alfabetizá-los ou ensinar-lhes a tabuada, mas "a educação é muito mais que isso", e há uma grande vantagem: o "muito mais que isso" não é mensurável e ninguém pode dizer se a escola está fracassando ou tendo êxito nessa sua autocriada missão.

Grupo 2. Ouvimos a todo instante sobre a necessidade de "valorizar o magistério" e "recuperar a dignidade do professor", que é um adulto, que escolheu a profissão que quis trilhar e é pago para exercê-la. Apesar de o aluno ser uma criança e de ser obrigado por lei a cursar a escola, nunca vi ninguém falando na valorização do alunado ou na recuperação de sua dignidade. Por isso, faz-se necessário dizer o óbvio: a educação existe para o aluno. O bom professor (assim como o diretor e os demais funcionários) é uma ferramenta - importantíssima - para o aprendizado. Mas ele é um meio, não um fim em si. Se o professor estiver satisfeito e motivado e o aluno ainda assim não aprender, a escola fracassou. [...]

Mas sem dúvida a oposição mais comum vem dos membros do grupo 3, que usam a seguinte palavra mágica: contextualizar. Escreve Pilar Lacerda, secretária da Educação Básica do MEC: "Divulgar o Ideb é necessário. Mas o contexto onde está a escola faz muita diferença nos resultados. Por isso é perigoso (sic) uma comparação 'fria' dos resultados". [...] Essa visão é **caudatária** de um mal que acomete grande parte dos nossos compatriotas: o de achar que o esforço importa mais que o resultado. [...] É mais difícil fazer com que esse aluno, nesse contexto, aprenda o mesmo que outro de boa família? Sem dúvida! O problema dessas escolas não é como os seus resultados ruins são divulgados, se serão servidos frios, quentes ou mornos: o problema são os resultados! [...] Nosso problema não é termos alunos pobres: é que nosso sistema educacional não sabe como ensiná-los, e está mais preocupado em encontrar meios de continuar não enxergando essa deficiência do que em solucioná-la. [...] precisamos que a escola dos pobres ensine mais do que a dos ricos. É difícil? Muito. Mas deve ser a nossa meta. E, se o Brasil como um todo não melhorar seu nível educacional, jamais chegará ao Primeiro Mundo. Esse é o non sequitur desse pensamento dos "contextualizadores": seria necessário nos tornarmos um país de gente rica para que pudéssemos dar educação de qualidade a todos. Mas a verdade é que o salto da educação precisa vir antes: sem educação de qualidade, não teremos desenvolvimento sustentado. Podemos nos enganar com um crescimento econômico puxado pela alta de valor das commodities, mas em algum momento teremos de encarar a realidade: um país não pode ser melhor, mais rico e mais bem preparado do que as pessoas que o compõem.

1. De acordo com o texto, são fatos que motivam o autor a defender mudanças na educação brasileira, **EXCETO**:
 - a) O aluno é obrigado por lei a frequentar a escola e a educação existe para o aluno.
 - b) A sociedade brasileira acredita que as escolas são boas, quando não o são.
 - c) O atual sistema educacional é inepto e não resolve as próprias deficiências.
 - d) Educadores se preocupam mais com carências dos alunos que com sua aprendizagem.
2. Assinale a única alternativa correta. A partir das informações presentes no texto, podemos concluir corretamente que:
 - a) A educação não precisa ser diferente para ricos e pobres.
 - b) Alguns reformistas colocaram em prática a ideia de expor o ideb nas escolas.
 - c) O crescimento econômico é tão importante quanto o educacional.
 - d) O professor não precisa ser valorizado, pois escolheu essa profissão e é pago para exercê-la.
3. Releia: "Apesar de o aluno ser uma criança e de ser obrigado por lei a cursar a escola, nunca vi ninguém falando na valorização do alunado". Neste trecho, o segmento "apesar de" introduz ideia de:
 - a) Consequência.
 - b) Concessão
 - c) Conformidade.
 - d) Comparação.

4. Assinale a alternativa correta. No período: “**Ninguém** diz isso abertamente, mas é o corolário do seu pensamento”, a palavra destacada é um:
- Pronome indefinido e exerce a função de sujeito indeterminado.
 - Pronome indefinido e exerce a função de sujeito determinado.
 - Pronome indeterminado e exerce a função de sujeito oculto.
 - Pronome indeterminado e exerce a função de sujeito indeterminado.
5. As palavras “corolário” e “caudatária”, destacadas no texto, significam correta e respectivamente:
- Consequência e recíproco.
 - Invólucro e resiliente.
 - Ostentação e dependente.
 - Lógica e servil.
6. Analise as proposições a seguir a respeito da estruturação e construção de sentido do texto. Em seguida, assinale a alternativa que contenha a análise correta sobre as mesmas.
- Em: “todo cidadão tem o direito de saber a qualidade da escola que seu filho frequenta”, a simples substituição da palavra “frequenta” por “estuda” não altera a correção da frase original.
 - “Por isso é perigoso (sic) uma comparação ‘fria’ dos resultados”. A palavra latina foi empregada para deixar claro que o trecho foi escrito tal como no original.
 - O texto apresenta ironia em algumas passagens, o que convida o leitor a refletir sobre o tema e entender o posicionamento defendido.
 - Em: “Hoje, esse dado está ‘escondido’ em um site do Ministério da Educação.”, a vírgula empregada é obrigatória, pois marca a antecipação de um termo, alterando a ordem direta do período.
- Apenas as proposições I e IV estão corretas.
 - Apenas as proposições I, II e III estão corretas.
 - Apenas as proposições II e IV estão corretas.
 - Apenas as proposições II e III estão corretas.
7. Assinale a alternativa correta.
- Na palavra irrazoável há a presença do sufixo “i” que, para indicar negação, une-se ao adjetivo e determina que a letra “r” seja duplicada para que se mantenha a correção fonética.
 - No final do último parágrafo, o segmento: “Esse é o non sequitur desse pensamento dos ‘contextualizadores’” foi utilizado para reforçar que há falta de conexão entre a premissa inicial e a conclusão dos defensores da ideia.
 - A crase em “essa divulgação pode colaborar para quebrar a inércia da sociedade brasileira em relação às nossas escolas” é opcional, pois antes pronomes possessivos, o emprego deste sinal é facultativo.
 - Em: “Mas sem dúvida a oposição mais comum vem dos membros do grupo 3”, com a simples substituição de “a oposição mais comum” por “as divergências mais comuns” mantém-se a correção da frase original.
8. “Ninguém se indigna nem se mobiliza para combater algo que lhe parece estar bem.” Quanto à colocação pronominal nesse segmento, analise as proposições a seguir. Em seguida, assinale a alternativa que contém a análise correta sobre as mesmas.
- Há uma ocorrência de próclise que, pela norma padrão, poderia também estar na forma enclítica.
 - Há uma ocorrência de próclise em razão da presença de um pronome indefinido que atrai o pronome.
 - Há uma ocorrência de próclise que se justifica pela presença de palavra de valor negativo que atrai o pronome.
 - Há uma ocorrência de próclise em que um pronome relativo atrai o pronome oblíquo.
- Todas as proposições são verdadeiras.
 - Apenas a proposição I é falsa.
 - Apenas as proposições II e IV são falsas.
 - Apenas as proposições II e III são falsas.
9. Identifica-se relação de causa e consequência, respectivamente, no segmento:
- O problema dessas escolas não é como os seus resultados ruins são divulgados, se serão servidos frios, quentes ou mornos.
 - A oposição mais comum vem dos membros do grupo 3, que usam a seguinte palavra mágica: contextualizar.
 - O ideb deve ser divulgado, com isso podemos quebrar a inércia da sociedade brasileira em relação às nossas escolas.
 - Ninguém diz isso abertamente, mas é o corolário do seu pensamento.
10. Assinale a alternativa que deve necessariamente ser **CORRIGIDA** para estar de acordo com as regras de concordância verbal:
- A avó ou o neto deve trazer o recado dos parentes.
 - Provou que existe razões para que os preços da maioria das mercadorias tenham subido tão abruptamente.
 - Também permaneceu na sala o juiz e a testemunha.
 - Custou-me acreditar que se passaram dois anos desde a sua última visita.
11. Considerando-se os termos da EMC Nº 19, o servidor habilitado em concurso público e empossado em cargo de provimento efetivo adquirirá estabilidade no serviço público ao completar:
- Um ano de efetivo exercício.
 - Dois anos de efetivo exercício.
 - Três anos de efetivo exercício.
 - Quatro anos de efetivo exercício.
12. Constituem indenizações ao servidor:
- Ajuda de custo.
 - Diárias.
 - Transporte.
 - Auxílio-moradia.
- Assinale a alternativa correta
- Apenas as assertivas I, II e III estão corretas.
 - Apenas as assertivas I e II estão corretas.
 - Apenas as assertivas I, II e IV estão corretas.
 - As assertivas I, II, III e IV estão corretas.

13. O serviço noturno, prestado em horário compreendido entre 22 (vinte e duas) horas de um dia e 5 (cinco) horas do dia seguinte, terá o valor-hora acrescido de:
- 25% (vinte e cinco por cento).
 - 15% (quinze por cento).
 - 50% (cinquenta por cento).
 - 20% (vinte por cento).
14. Assinale a alternativa **INCORRETA**. A ação disciplinar prescreverá em:
- Em 3 (três) anos, quanto às infrações puníveis com demissão.
 - Em 2 (dois) anos, quanto à suspensão.
 - Em 180 (cento e oitenta) dias, quanto à advertência.
 - Em 5 (cinco) anos, quanto às infrações puníveis com cassação de aposentadoria ou disponibilidade e destituição de cargo em comissão.
15. O servidor não aprovado no estágio probatório será:
- Transferido.
 - Demitido.
 - Redistribuído.
 - Exonerado.
16. Sobre a remoção de servidor é correto afirmar, **EXCETO**:
- Poderá ocorrer de ofício, no interesse da Administração.
 - É o deslocamento do servidor somente quando ocorrer mudança de sede.
 - É o deslocamento do servidor, no âmbito do mesmo quadro.
 - Poderá ocorrer a pedido, para outra localidade, independentemente do interesse da Administração.
17. O servidor exonerado do cargo efetivo, ou em comissão, perceberá indenização relativa ao período das férias a que tiver direito e ao incompleto, na proporção de um doze avos por mês de efetivo exercício, ou fração superior:
- A 16 (dezesesseis) dias.
 - A 14 (quatorze) dias.
 - A 30 (trinta) dias.
 - A 15 (quinze) dias.
18. Constituem a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, vinculada ao Ministério da Educação:
- Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR.
 - Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.
 - Colégio Pedro II.
 - Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais.
- Assinale a alternativa correta
- Apenas as assertivas I e II estão corretas.
 - As assertivas I, II, III e IV estão corretas.
 - Apenas as assertivas II e III estão corretas.
 - Apenas as assertivas I, II e IV estão corretas.
19. Assinale a alternativa **INCORRETA**. É vedada a acumulação remunerada de cargos públicos, exceto, quando houver compatibilidade de horários, para as seguintes condições:
- De dois cargos de professor.
 - De dois cargos ou empregos privativos de profissionais de saúde, com profissões regulamentadas.
 - De um cargo de professor com outro técnico ou científico.
 - De dois cargos ou empregos técnico ou científico.
20. Assinale a alternativa **INCORRETA**. O dever do Estado com a educação será efetivado mediante a garantia de:
- Educação básica obrigatória e gratuita dos 4 (quatro) aos 17 (dezesete) anos de idade.
 - Oferta de ensino noturno regular, adequado às condições do educando.
 - Atendimento educacional especializado aos portadores de deficiência, exclusivamente na rede especial de ensino.
 - Educação infantil, em creche e pré-escola, às crianças até 5 (cinco) anos de idade.
21. “Às vezes, quando descubro que não escrevi uma única frase depois de ter rabiscado páginas e páginas, me jogo na cama e fico ali, aturdido, atolado num pântano de desespero, odiando-me e culpando-me por esse orgulho louco que me faz choramingar por uma quimera. Um quarto de hora depois, tudo mudou; meu coração está cheio de júbilo”. (Apud FLAUBERT, G., in NACHMANOVITCH, S., 2007).
- O trecho acima nos revela uma das fases do processo criativo. Esta fase é a(o):
- Incubação.
 - Aquecimento de ideias.
 - Elaboração da ideia.
 - Problema.
22. Esta etapa é, para o processo de criação, força motriz que ativa o raciocínio. Segundo os autores, a busca para instaurar a harmonia e aliviar o sujeito da angústia é que incita a mente a encontrar soluções. Tanto é assim que Duailibi e Simonsen (2008) defendem que para ocorrer a criação a pessoa deve ser inicialmente perturbada e frustrada por um:
- Plano.
 - Brainstorming.
 - Produto.
 - Problema.
23. Trata-se de uma técnica de apoio à criatividade, transversal a todos os setores de atividade, mas especialmente utilizada na área da publicidade e imagem, bem como em situações de crise, ou emergência. É utilizado, sobretudo, na análise de oportunidades e processos de otimização de ação no mercado, numa fase inicial do processo, para identificação, e avaliação, das diferentes possibilidades ao dispor do cliente. Referimo-nos a(o):
- Brainstorming.
 - Produção.
 - Folder.
 - Briefing.

24. É um conjunto de informações, uma coleta de dados para o desenvolvimento de um trabalho. É um documento contendo a descrição da situação de uma marca ou empresa, seus problemas, oportunidades, objetivos e recursos para atingi-los:
- Dados do produto.
 - Dados do cliente.
 - Briefing.
 - Catálogo de produtos.
25. O uso de figuras de linguagem são frequentes em publicidade. Quando utilizamos características humanas para seres inanimados, como por exemplo: Poupançudos da Caixa. Estamos usando uma:
- Antítese.
 - Onomatopéia.
 - Prosopopéia.
 - Eufemismo.
26. É uma figura de linguagem que consiste em substituir um termo pelo outro. Um dos recursos literários muito utilizados na publicidade para elaborar mensagens, criando e facilitando imagens e lembranças dos nomes dos produtos na mente do consumidor. Utilizado na campanha do Banco Itaú, com a frase “Um Itaú de vantagens”. Falamos de:
- Prosopopéia.
 - Eufemismo.
 - Metáfora.
 - Metonímia.
27. No procedimento criativo, é a técnica da ironia para desarmar o público. Primeiro desvaloriza o produto e num segundo momento faz sobressair suas virtudes essenciais. Diz-se ao consumidor o contrário do que deveria ser dito. Falamos de:
- Referência inesperada.
 - Bisseção simbolizante.
 - Conceito reverso.
 - Conceito oposto.
28. Quando o publicitário cria um anúncio de jornal ou revista, outdoor ou qualquer outro tipo de material impresso apenas com frases escritas, sem nenhum tipo de ilustração, está realizando um:
- Advertising.
 - All-type.
 - No images.
 - Approach.
29. Explica que as formas de ação social são irreduzíveis a outra coisa que não elas mesmas, pois são dependentes do significado que os indivíduos lhes dão. Para ele, a causalidade, nas ciências sociais, não pode ser entendida como uma mera sucessão de acontecimentos, pois tem de lhe ser adicionada a compreensão, que consiste na interpretação do significado que os homens dão às suas ações. Referimo-nos a um importante autor das teorias de comunicação:
- Gabriel Tarde.
 - Karl Marx.
 - Émile Durkheim.
 - Max Weber.
30. Quando falamos de audiência, estamos nos referindo a pessoas atingidas pelos veículos de comunicação. Termo aplicado tanto para definir as pessoas que ouvem determinada emissora de rádio como as que assistem a determinado canal de televisão ou leem determinado título de jornal ou revista. São tipos de audiência todas as alternativas abaixo, **EXCETO**:
- Bruta.
 - Primária.
 - Sólida.
 - Líquida.
31. Designa anúncio em uma página anterior ou posterior a outra que também tem uma mensagem publicitária. Referimo-nos a mídia:
- Espelhada.
 - Dupla.
 - Contínua.
 - Viral.
32. Expressão utilizada para definir o público-alvo de um plano de marketing, campanha ou peça de comunicação. Grupo (segmento) de consumidores ou prospects aos quais é dirigida, prioritariamente, uma peça ou campanha de propaganda, bem como qualquer outras ações de comunicação ou marketing:
- Slogan.
 - Sampling.
 - Target.
 - Share.
33. Marca que reúne graficamente letras do nome da empresa (pode ser o nome completo ou não) e elementos formais puros, abstratos. Qualquer representação gráfica padronizada e distintiva utilizada como marca:
- Marca.
 - Logomarca.
 - Logotipo.
 - Símbolo.
34. Após o processo de impressão o material será cortado (“refilado”) no tamanho correto. Mas o corte pode sofrer uma variação de até 3mm. A forma correta de se lidar com essa variação é usar a sangria no documento. “Sangrar” significa:
- Fazer a arte ultrapassar o limite do formato final.
 - Fazer dégradée na arte até chegar o limite do formato final.
 - Fazer a arte não ultrapassar o limite do formato final.
 - Fazer a arte chegar até o limite exato do formato final.
35. Com a chegada da internet, a publicidade inicia em 1994 sua adaptação a este novo meio de comunicação com o público. Com isto surge um termo para textos em formato digital, que agrega outros conjuntos de informação que podem ser outros textos, imagens, ícones, vídeos entre outros. Tal acesso acontece através do que conhecemos como links, e quebra os limites de linearidade do antigo texto escrito. Referimo-nos a(o):
- Mediatext.
 - Texto online.
 - Megatexto.
 - Hipertexto.

36. O papel é o principal componente no sistema de impressão. O impacto visual causado por um impresso está diretamente relacionado ao material utilizado em sua produção. Existem no mercado inúmeros tipos e qualidades de papel. Os papéis são classificados de acordo com o:

- a) Peso, textura e tamanho.
- b) Tamanho, textura e cor.
- c) Peso, tamanho e cor.
- d) Peso, textura e cor.

37. Este papel tem superfície uniforme, é branco, encorpado, fosco e de baixo custo. Sua gramatura varia de 56 à 240 gramas. Esse tipo de papel é ideal para papel timbrado, miolo de livros, folhetos, receituários, e outros. Referimo-nos a(o):

- a) Duplex.
- b) Off-set.
- c) Reciclato.
- d) Couchê.

38. Tem o objetivo e a função de vender um produto ou propagar uma ideia. Tem-se a possibilidade de manipular uma imagem de acordo com o desejo do publicitário. A regra é promover, conquistar e encantar o consumidor. Referimo-nos a um elemento fundamental na publicidade:

- a) Análise de cores.
- b) Prova de cores.
- c) Teste gráfico.
- d) Foto publicitária.

39. Trata-se do que vem antes de qualquer ideia. É quando você pega uma folha em branco e faz a ideia inicial, um rascunho de como você imagina que deve ser um anúncio, um desenho, um case, etc. Tratamos do:

- a) Crasyline.
- b) Rough (Rafe).
- c) Printstorming.
- d) Layout.

40. A ilustração tem função redundante ao texto, ele deve por meio da imagem informar, ela deve ilustrar, demonstrar, evidenciar o apelo persuasivo definido para o anúncio. Com a enorme disputa pela atenção dos consumidores, a ilustração de um anúncio tem de servir para reforçar os valores de:

- I. Atenção.
- II. Compreensão.
- III. Memorabilidade.
- IV. Credibilidade.

- a) Apenas as alternativas I e IV estão corretas.
- b) Apenas as alternativas II e III estão corretas.
- c) Todas as alternativas estão corretas.
- d) Apenas as alternativas I, II e IV estão corretas.