



# CENTRO UNIVERSITÁRIO CESMAC FACULDADE CESMAC DO SERTÃO FACULDADE CESMAC DO AGRESTE

VESTIBULAR DE INVERNO

Língua Portuguesa  
Matemática

08/07/2018

## LEIA COM ATENÇÃO

- 01 - Verifique se o CADERNO DE QUESTÕES contém 15 questões. Caso contrário, reclame ao fiscal da sala um outro caderno completo. Não serão aceitas reclamações posteriores.
- 02 - Cada questão respondida corretamente valerá 01 (um) ponto; as questões não respondidas ou com mais de um a resposta serão consideradas nulas.
- 03 - Observe a numeração do CARTÃO-RESPOSTA, pois o cartão serve para responder a um grupo de até 100 (cem) questões, devendo ser utilizadas as 15 (quinze) iniciais.
- 04 - O CARTÃO-RESPOSTA deve apresentar seu número de inscrição impresso.
- 05 - Confira seu CARTÃO-RESPOSTA e, caso observe algum a divergência, avise ao fiscal.
- 06 - Em cada questão, escolha a alternativa que responde corretamente ao que se pede. Preencha, então, no CARTÃO-RESPOSTA, a janela que corresponde à alternativa escolhida, com caneta esferográfica azul, após a devida conferência.
- 07 - Só preencha o CARTÃO-RESPOSTA, após decidir-se, em definitivo, com relação à alternativa. Para o cômputo da prova, são equivalentes as respostas erradas, nulas ou em branco.
- 08 - Ao término da prova, o candidato devolverá à mesa de fiscalização o CADERNO DE QUESTÕES, a PROVA DE REDAÇÃO e o CARTÃO-RESPOSTA devidamente assinados. Se não o fizer será, eliminado do Processo Seletivo.
- 09 - Após conferência pela mesa do material entregue, o candidato assinará a Lista de Presença.
- 10 - A questão de número 8 (oito) da prova de Língua Portuguesa deverá ser respondida na folha de respostas da página 06, podendo o aluno utilizar o espaço reservado na página 04 como rascunho.**
- 11 - A questão de número 8 (oito) deverá ser desconsiderada na marcação do CARTÃO-RESPOSTA (questão aberta). Portanto, não é necessário gabaritar esta questão.**

**Nome:**

**Inscrição:**

**Identidade:**

**Órgão Expedidor:**

**Assinatura:**



TEXTO 1

Nós sempre fomos invisíveis. O povo indígena, os povos indígenas, sempre foram invisíveis para o mundo. Aquele ser humano que passa fome, que passa sede, que é massacrado, perseguido, morto lá na floresta, nas estradas, nas aldeias. Esse não existe. Para o mundo aqui fora, existe aquele indígena exótico: o que usa cocar, colar, que dança, que canta. Coisa para turista ver. Mas aquele outro que está lá na aldeia, esse sofre de uma doença que é a doença de ser invisível. De desaparecer. Ele quase não é visto. Tanto para o mundo do Direito, principalmente para o mundo do Direito, como ser humano. Ele desaparece. Ele se afoga nesse mar de burocracia, no mar de teorias da academia, ele é afogado no meio das palavras. Quando a academia, os estudiosos, entendem mais de indígena, de índio, que o próprio índio? Ele é individualizado pela própria academia

Almires Martins. Disponível em: <http://alice.ces.uc.pt/news/?p=4203>. (Acesso: 23 02 2016)

**01)** O texto 1 sintoniza com as concepções sociais que propõem:

- A) uma atuação humana em prol da vida natural.
- B) a superioridade dos estudos acadêmicos.
- C) a aceitação das descobertas científicas.
- D) o fim de toda e qualquer discriminação.
- E) a defesa da prevenção de doenças raras.

**02)** As normas que regulam o uso culto da sintaxe portuguesa foram integralmente seguidas na seguinte alternativa:

- A) Para o mundo aqui fora, sempre houveram aqueles índios exóticos, que usa cocar, que dança, que canta.
- B) Aquele outro índio, que está restrito à uma tribo qualquer das muitas que existem, não aparece, é invisível.
- C) Nenhuma das histórias de índios chegou à preferência das salas de leitura da escola e das academias.
- D) Alguma das academias mostram interesse por investigar a vida dos índios e o que faz bem à ela?
- E) Quando haviam estudiosos interessados pela vida dos indígenas, começamos à compensar o tempo em que eles ficaram no esquecimento.

**A publicidade sempre está um passo além.**

(1) Não são poucas as vezes que, diante da televisão, dá vontade de gritar. Por exemplo, nos últimos tempos, parece que a publicidade tem-se esmerado em produzir, a cada intervalo comercial, muitos momentos desse tipo.

(2) Por pior que seja a televisão em termos de programação, a publicidade sempre consegue ser um pouco pior, sempre está a alguns passos além na direção da barbárie. E não estamos aqui falando da cafajestagem malandra dos comerciais de cerveja.

(3) Mas há um tipo de mensagem publicitária que só se pode classificar como violenta mesmo que não haja nenhuma cena que explore situações de violência. Ao contrário, são propagandas em tom “científico” ou “bem-humoradas”, cujas mensagens representam ataques graves a valores que ainda deveriam se sobrepor ao consumo.

(4) A educação das crianças é um dos alvos prediletos das ideias geniais dos publicitários. Eles sabem que a maioria dos pais não tem tempo de assumir a parte árdua da educação dos filhos. É exatamente aí que eles entram.

(5) Uma propaganda recente da marca mais conhecida de iogurte infantil, por exemplo, começa avisando que a falta de nutrientes essenciais nos primeiros estágios do crescimento pode causar sérios danos estruturais. Em seguida, um pediatra aparece em meio a seus filhos. Com a dupla autoridade de pai e de médico, informa que o produto em questão supre perfeitamente as necessidades nutricionais de uma criança em fase de crescimento. A imagem final é uma construção de blocos de madeira, cuja base é substituída por uma embalagem vazia do produto. Logo, pais, desistam da batalha árdua de fazer as crianças comerem arroz, feijão, bife e verdura. Podem dar um desses iogurtes e ir malhar!

(6) Em outra, mais engraçadinha, uma professora avisa que, antes de sair, os alunos devem entregar o trabalho “de” Pitágoras. Os alunos vão deixando sobre a mesa os trabalhos, todos impecavelmente impressos, com ilustrações coloridas, até que um deposita uma pedra chata e lisa com um diagrama do triângulo retângulo. A professora olha com espanto para o menino, que está vestido como o personagem Bambam, dos “Flintstone”, clava ao ombro, cabelos desgrenhados, rosto sujo. E ouve-se a mensagem do comercial de um provedor de conexão rápida com a internet. “Não deixe seu filho na Idade da Pedra. Relaxe: ele vai ter um jeito fácil e confortável de dar conta de seus trabalhos escolares copiando da internet, é claro. Vocês vão poder ver tranquilos a sua série predileta de TV”.

(7) Jogando duplamente com a infantilidade – das crianças, mas também dos pais que resistem a assumir a parte “chata” da educação – a publicidade mostra sua

(Folha de S. Paulo , 3 de abril de 2005. Adaptado)

**03)** Em todo texto, se pode identificar a intenção com que seu autor o produziu. No caso do Texto 2, por exemplo, o propósito comunicativo que esteve em jogo foi:

- A) destacar a gravidade das situações em relação às necessidades nutricionais de uma criança em fase de crescimento.
- B) ressaltar a seriedade com que deve ser levada em conta a educação das crianças frente às possibilidades de acesso à internet.
- C) chamar a atenção do leitor para as situações de violência que são exibidas em programas de televisão ou em sites da internet.
- D) advertir sobre os riscos que certas mensagens estimuladoras do consumo podem provocar em detrimento do apoio a determinados valores.
- E) recomendar a adoção de uma alimentação que integre diferentes agentes de nutrição, por mais que isso seja “a parte chata da educação”.

**04)** Considerando o contexto global em que o Texto 2 se desenvolve, é coerente o seguinte comentário:

- A) Em: “Mas há um tipo de mensagem publicitária que só se pode classificar como violenta mesmo que não haja nenhuma cena que explore situações de violência”, o segmento destacado tem um sentido de causalidade.
- B) Em: “A educação das crianças é um dos alvos prediletos das ideias geniais dos publicitários”, o efeito de sentido expresso nesse fragmento foi de ironia.
- C) Em: “são propagandas (...) cujas mensagens representam ataques graves a valores que ainda deveriam se sobrepor ao consumo”. O segmento destacado se refere a ‘valores’ que reafirmam o consumo.
- D) Em: “Logo, pais, desistam da batalha árdua de fazer as crianças comerem arroz, feijão, bife e verdura. Podem dar um desses iogurtes e ir malhar!”, o autor mantém a formulação de um monólogo.
- E) Em: “Jogando duplamente com a infantilidade – das crianças, mas também dos pais que resistem a assumir a parte “chata” da educação – a publicidade mostra sua face mais brutal”, o autor conclui sem usar metáforas.

**05)** Analise a formulação do seguinte trecho: “A educação das crianças é um dos alvos prediletos das ideias geniais dos publicitários. Eles sabem que a maioria dos pais não tem tempo de assumir a parte árdua da educação dos filhos. É exatamente aí que eles entram”. Concluindo, podemos afirmar que:

- A) Os dois pronomes sublinhados remetem para a mesma referência anterior, feita a ‘publicitários’.
- B) A segunda ocorrência do pronome ‘eles’ se refere a ‘pais’, em ‘a maioria dos pais’.
- C) O uso dos dois pronomes constitui uma repetição de palavras, um procedimento que não favorece a coesão do texto.
- D) O recurso aos dois pronomes deixou o trecho com um sentido indicativo de ambiguidade.
- E) Esse trecho dispensa a volta a referências anteriores feitas no texto pelo autor.

**06)** As normas da concordância verbal são bastante valorizadas na definição da língua portuguesa “cult”. Está conforme tais normas a seguinte alternativa:

- A) A cada momento, houveram programas de publicidade infantil capazes de incentivar o consumo irresponsável.
- B) Pais e crianças tem-se afeiçoado a certos programas que em nada contribui para a educação infantil.
- C) Há publicidades cujas mensagens parece serem inocentes, mas, ao contrário, em muito mantêm ideias preconceituosas.
- D) Está provado que a falta de nutrientes essenciais nos primeiros estágios do crescimento podem causar sérios danos estruturais.
- E) Existe mensagens publicitárias que só se pode classificar como violentas ainda que não hajam cenas de violência.



## MATEMÁTICA

**09)** Para a instalação de uma piscina infantil em forma de cilindro reto, foi escavado no solo um buraco cilíndrico, com 4 m de diâmetro e 80 cm de altura. Antes de instalar a piscina, toda a superfície do buraco será revestida com uma manta impermeabilizante. Quantos metros quadrados de manta impermeabilizante são necessários para realizar o revestimento? Indique o valor inteiro mais próximo do valor obtido, em  $m^2$ .

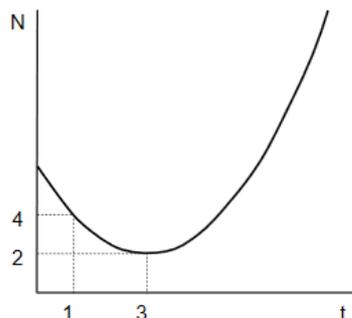
Dado: use a aproximação  $\pi = 3,14$ .

- A) 20  $m^2$
- B) 21  $m^2$
- C) 22  $m^2$
- D) 23  $m^2$
- E) 24  $m^2$

**10)** Marcos precisa de uma nova senha para o seu e-mail. O provedor exige que a senha possua letras e números. Assim, Marcos decidiu usar todas as letras do seu nome e todos os dígitos do seu ano de nascimento. Sabendo que Marcos nasceu em 1956 e que deixará os algarismos para o final da senha, quantas possibilidades de senha ele terá para escolher?

- A) 17.240
- B) 17.250
- C) 17.260
- D) 17.270
- E) 17.280

**11)** O efeito de determinada substância na variação da população de certos micro-organismos está representado no gráfico a seguir, em que  $N(t)$  denota número de dezenas de milhares de organismos sobreviventes, passados  $t$  dias do primeiro contato com a substância, ocorrido em  $t = 0$ . Os pontos  $(t, N(t))$  de  $N$  pertencem ao gráfico de uma parábola com eixo vertical, vértice no ponto com coordenadas  $(3, 2)$ , e passando pelo ponto  $(1, 4)$ , como esboçado abaixo.



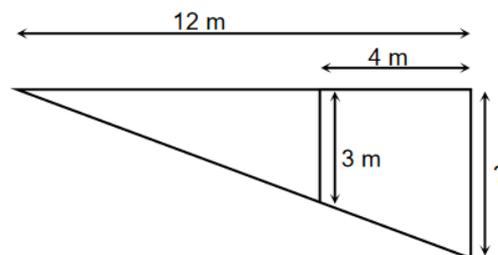
Quantos eram os organismos sobreviventes no 5º dia ?

- A) 32.000
- B) 34.000
- C) 36.000
- D) 38.000
- E) 40.000

**12)** Numa imobiliária, os corretores recebem comissão diretamente proporcional à quantidade de apartamentos vendidos e, inversamente, proporcional ao tempo que estão na empresa. Em certo mês, o gerente pagou um total de R\$ 314.000,00 a três corretores (A, B e C, digamos). Se A, B e C trabalham na imobiliária há 8, 12 e 10 anos, respectivamente, e venderam 3, 4 e 6 apartamentos nesse mês, respectivamente, quanto A recebeu de comissão?

- A) R\$ 88.000,00
- B) R\$ 89.000,00
- C) R\$ 90.000,00
- D) R\$ 91.000,00
- E) R\$ 92.000,00

**13)** Em um terreno em declive foi construída uma rampa plana e uma plataforma sustentada por duas colunas paralelas, como ilustrado a seguir:



A distância entre as colunas de sustentação é de 4 m, a plataforma mede 12 m, e a coluna menor mede 3 m. Qual a medida da outra coluna de sustentação?

- A) 4,5 m
- B) 4,6 m
- C) 4,7 m
- D) 4,8 m
- E) 4,9 m

**14)** Para produzir certo artigo, uma indústria tem custo fixo mensal de R\$ 30.000,00, adicionado de R\$ 50,00 por cada unidade produzida. Para a produção de 1200 unidades, qual o custo médio do artigo?

- A) R\$ 60,00
- B) R\$ 65,00
- C) R\$ 70,00
- D) R\$ 75,00
- E) R\$ 80,00

