

QUESTÃO 01

A paisagem representa no olhar do mundo moderno uma novidade estética que o homem vem transformando em objeto de consumo para realizar a atividade turística. Analise as afirmativas abaixo

1. São elementos básicos da paisagem a topografia, vegetação, clima e habitat.
2. A singularidade da topografia pode transformar-se em elemento paisagístico de grande atratividade turística.
3. A apreciação da paisagem pelo turista se dá pela captação dos sentidos influenciando o seu estado de espírito

Está(ão) correta(s):

- A) 1 e 2, apenas.
- B) 1 e 3, apenas.
- C) 1, apenas.
- D) 3, apenas
- E) 1, 2 e 3.

QUESTÃO 02

A organização do espaço turístico de uma cidade, um município ou região requer como condição básica

- A) a existência de zonas turísticas.
- B) a formação de corredores turísticos para que seja feito o zoneamento.
- C) a definição de um núcleo turístico.
- D) o conhecimento das potencialidades, atrativos e elementos que o compõe.
- E) a inclusão de um ou mais espaço artificial.

QUESTÃO 03

Na organização de roteiros turísticos em áreas urbanas, centro turístico ou região, alguns fatores necessitam ser considerados.

1. Na escolha do roteiro deve-se buscar a satisfação do turista
2. O roteiro deve conter o muito ou o pouco de bom que se tenha para mostrar.
3. Os caminhos a serem escolhidos devem ser os mais curtos sem se verificar a qualidade do espaço que se vai percorrer.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, apenas.
- B) 2, apenas.
- C) 3, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 1 e 3, apenas.

QUESTÃO 04

“Define-se sem maiores complicações o conceito de patrimônio turístico como a relação entre matéria-prima, o empreendimento turístico, a infra-estrutura e a superestrutura” (Adaptado de Boullón, 2002). Os atrativos turísticos são a matéria-prima do turismo, sem a qual um país ou região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico. Não fazem parte dos atrativos turísticos:

- A) Sítios naturais.
- B) Museus e manifestações culturais.
- C) Eventos esporádicos.
- D) Folclore.
- E) Realizações técnicas, científicas ou artísticas contemporâneas.

QUESTÃO 05

O produto turístico é formado por bens e serviços que fazem parte da oferta. A definição do produto turístico é determinada por:

- A) sistemas promocionais.
- B) organização dos atrativos turísticos.
- C) motivações que levam pessoas a viajar.
- D) existência de empreendimentos, atrativos e serviços que atendam as necessidades do turista.
- E) existência de consumidores que se deslocam para se divertir, passear, fazer esporte e visitar atrativos.

QUESTÃO 06

São competências governamentais na condução dos processos turísticos:

1. Promoção e construção de equipamentos turísticos.
2. Promoção, marketing e comercialização do turismo.
3. A qualificação de recursos humanos voltados para equipamentos turísticos.
4. A prestação de serviço para o setor de turismo cumprir suas metas.

Está(ão) correta(s):

- A) 3 e 4, apenas.
- B) 2, apenas.
- C) 1, apenas
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 2 e 4, apenas.

QUESTÃO 07

Na gestão do turismo no âmbito nacional, não faz parte do Ministério do Turismo:

- A) Instituto Brasileiro de Turismo-EMBRATUR.
- B) Secretaria Nacional de Políticas de Turismo.
- C) Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo.
- D) Fórum Nacional de Conselheiros de Turismo.
- E) Conselho Nacional de Turismo.

QUESTÃO 08

De acordo com o Plano Nacional de Turismo 2003/2007, o entendimento dos grandes desafios a enfrentar para consolidar uma proposta para o turismo brasileiro, deve abranger:

1. Sistema de gestão e visão de futuro.
2. Objetivos e metas que necessitam ser alcançadas.
3. Eixos estruturantes do turismo.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, 2 e 3.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 1 e 3, apenas.
- D) 1, apenas.
- E) 2, apenas.

QUESTÃO 09

Para minimizar os impactos negativos do turismo, o Plano Nacional de Turismo 2003/2007 destaca que é necessário ter como base o princípio da sustentabilidade. Pode-se concluir que o princípio da sustentabilidade requer:

1. Planejamento participativo com envolvimento do governo e da comunidade
2. Participação de forma descentralizada e sustentável.
3. Indicação de alternativas para o desenvolvimento local e regional.
4. Estabelecimento de normas e condutas para o uso dos atrativos naturais ou culturais.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, 2 e 3, apenas.
- B) 2 e 3, apenas.
- C) 1 e 3, apenas.
- D) 1, apenas
- E) 1, 2, 3 e 4

QUESTÃO 10

“Formado por bens e serviços que fazem parte da oferta turística”.

O trecho acima corresponde ao conceito de:

- A) Produto turístico.
- B) Equipamento turístico.
- C) Segmentação turística.
- D) Destino turístico.
- E) Demanda turística.

QUESTÃO 11

“Vias de circulação, selecionadas pelo trânsito turístico de veículos e de pedestres, em seus deslocamentos para visitar os atrativos turísticos e para entrar e sair da cidade” (Boullón, 2002).

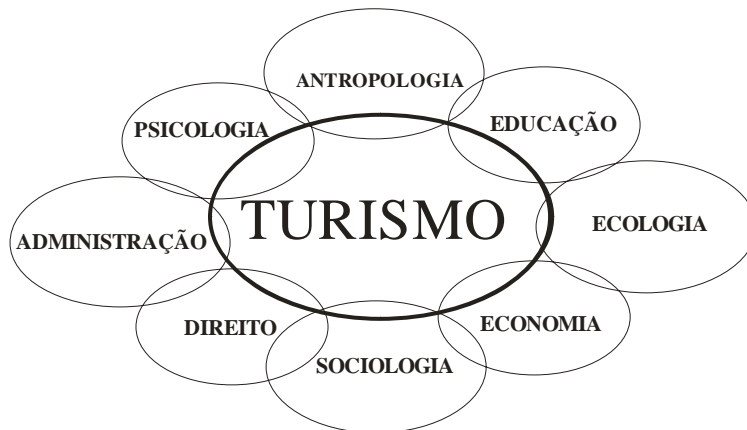
O trecho acima corresponde ao conceito de:

- A) bordas turísticas.
- B) roteiros turísticos.
- C) zonas turísticas.
- D) setores turísticos.
- E) logradouros turísticos.

QUESTÃO 12

Observe o esquema representando a confluência de disciplinas que influenciam no turismo

Multidisciplinaridade do Turismo



1. A Antropologia se relaciona com o turismo ao estudar as condições econômicas, sociais e culturais que determinam a capacidade de viajar assim como os efeitos que a interação social provoca no comportamento das populações receptoras.
2. A Economia se relaciona com o turismo ao explicar a quantificação dos efeitos econômicos do turismo e a possibilidade do turismo como fator de desenvolvimento.
3. A Administração faz interface com o turismo ao explicar a gestão empresarial, criação e venda de produtos, marketing, etc.
4. A Psicologia faz interface com o turismo ao estudar as motivações, preferências e condutas dos turistas com base nas teorias de motivação, personalidade e percepção.
5. A Ecologia se relaciona com o turismo ao explicar a capacidade de regeneração de recursos e a sustentabilidade dos ambientes

Estão **corretos**:

- A) 1, 2 e 5, apenas.
- B) 2, 3, 4 e 5, apenas.
- C) 1, 2 e 4, apenas.
- D) 1, 4 e 5, apenas.
- E) 1, 2, 3, 4 e 5.

QUESTÃO 13

A concentração de empresas em uma região, despertando interações e cooperações voltadas para o turismo refere-se ao conceito de:

- A) Cluster turístico.
- B) Oportunidades turísticas.
- C) Segmento turístico.
- D) Lugar turístico.
- E) Competitividade turística.

QUESTÃO 14

Na diferenciação da oferta de produtos turísticos é necessário estar atento para:

1. fortalecer o sistema de fiscalização.
2. estabelecer normas, padrões e regulamentos.
3. formar profissionais em instituições educativas que venham contribuir para a qualidade ambiental natural e cultural local.
4. maximizar as potencialidades locais e regionais contemplando os recursos ambientais e a pluralidade cultural.

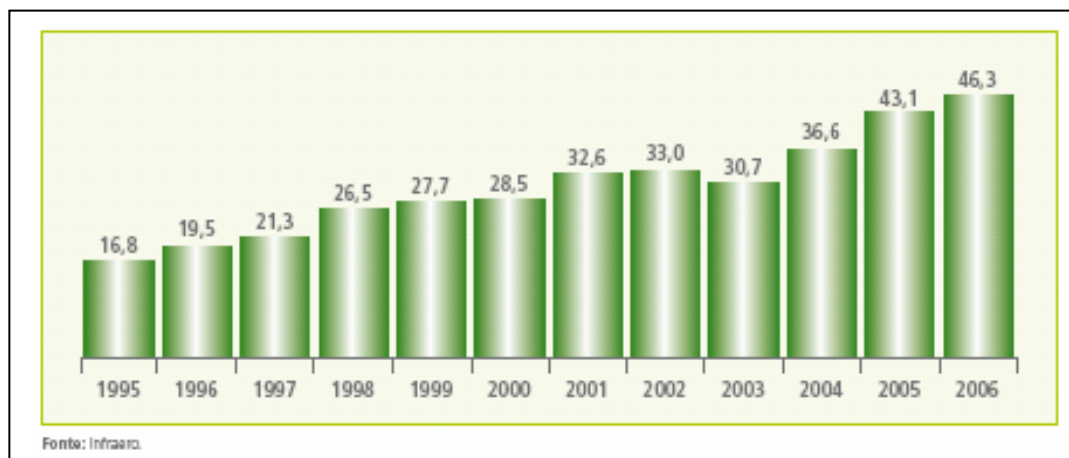
Está(ão) **corretos**:

- A) 1 e 2, apenas.
- B) 2, apenas.
- C) 1, 2 e 4, apenas.
- D) 4, apenas.
- E) 1, 2, 3 e 4.

QUESTÃO 15

Analise o Gráfico a seguir e assinale a alternativa **incorreta**:

Brasil – Desembarques nacionais (em milhões)

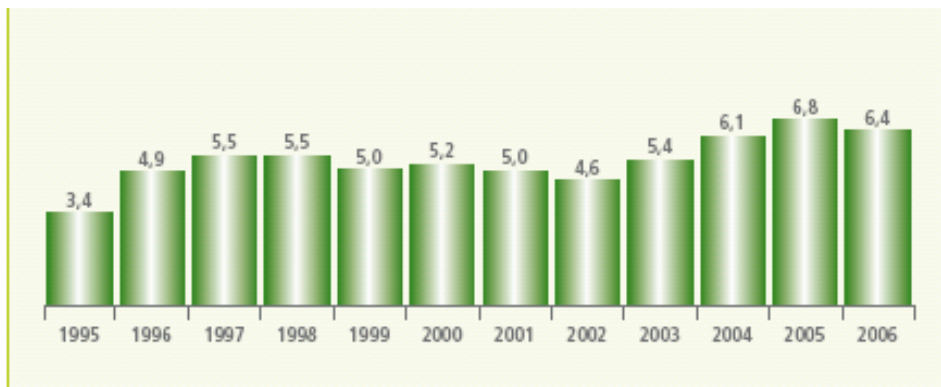


- A) Nos últimos quatro anos, a utilização do transporte aéreo no Brasil se popularizou e apresentou um crescimento excepcional. De 2003 a 2006 foram registrados 156,7 milhões de desembarques domésticos no País, o que significa um aumento de cerca de 28% em relação ao quadriênio anterior (1999/2002).
- B) Em 2003, o desembarque de passageiros de vôos nacionais foi de 30,7 milhões, com uma redução de 2,86% em relação ao ano de 2002, quando o número de passageiros foi de 33,0 milhões.
- C) Em 2005, os desembarques de vôos nacionais totalizaram 43,1 milhões de passageiros, contabilizando um crescimento de 17,7 %, em relação aos 36,6 milhões de passageiros desembarcados em 2004.
- D) Em 2006, o desembarque de passageiros de vôos nacionais foi de 46,3 milhões, 7, 4% acima do verificado no mesmo período do ano anterior, quando o número de passageiros desembarcados foi de 43,1 milhões.
- E) De 1999 a 2002 foram registrados 121,8 milhões de desembarques domésticos no País, o que significa um aumento de 44,83% em relação ao quadriênio anterior (1995/1998)

QUESTÃO 16

O gráfico a seguir mostra a evolução do número de desembarques internacionais no Brasil no período 1995/2006. Sua observação e análise permitem inferir que:

Brasil – Desembarques internacionais (em milhões)



Fonte: Infraero.

1. A entrada de turistas estrangeiros no País, depois de experimentar uma queda em 2001 e 2002, apresentou uma tendência de recuperação e crescimento em 2003 que se manteve constante até 2005.
2. Em 2006 houve uma diminuição na entrada de turistas estrangeiros no País, em função da redução na oferta de assentos em vôos internacionais, decorrente da crise nas empresas aéreas nacionais.
3. Em 2005, os desembarques de vôos internacionais atingiram 6,8 milhões de passageiros com um incremento de cerca de 11% em relação ao ano de 2004.
4. Em 2006, o País recebeu cerca de 6,4 milhões de passageiros de vôos internacionais, número superior em 5,90% ao total dos desembarques no ano de 2005.

Estão **corretas** apenas

- A) 1 e 3.
- B) 2 e 3.
- C) 2, 3 e 4.
- D) 2 e 4.
- E) 3 e 4.

QUESTÃO 17

Os Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, em curso no país, apoiados institucionalmente pelo Ministério do Turismo são:

1. o PRODETUR NE II que atende oito estados da Região Nordeste (com exceção do Maranhão) e a parte norte dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo;
2. o PRODETUR Sul que abrange os três estados da Região Sul e o estado do Mato Grosso do Sul;
3. o PROECOTUR, que abrange o estado do Amazonas e a região de Parintins;
4. o PRODETUR JK, que abrange a Região Central e Sudeste do País.

Estão **incorretas** apenas

- A) 1, 2 e 4.
- B) 2 e 3.
- C) 2, 3 e 4.
- D) 1 e 3.
- E) 3 e 4.

QUESTÃO 18

Sobre a Instituição EMBRATUR é correto afirmar:

- A) Sua atuação desde 2003 concentra-se na promoção, no marketing e apoio a comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior;
- B) Seu principal objetivo e missão é fomentar a atividade turística, criando condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o país incentivando o turismo interno;
- C) É um órgão colegiado, formado atualmente por 65 representantes de instituições e entidades do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor, relacionados ao turismo em âmbito nacional;
- D) O Instituto Brasileiro de Turismo, seu nome atual, criado em 1966, tem por atribuição promover o desenvolvimento da infra-estrutura e melhoria da qualidade dos serviços prestados ao turismo;
- E) A Empresa Brasileira de Turismo tem por missão desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social.

QUESTÃO 19

A observação da tabela permite concluir que:

Brasil - Perfil socioeconômico dos turistas

Sexo		Idade		Renda familiar	
Classe	%	Classe	%	Classe	%
Masculino	43	De 16 a 29	11,5	Até R\$ 720,00	27,6
Feminino	57	De 30 a 49	42,8	De R\$ 720,00 a R\$ 2.700,00	44,5
		50 e mais	45,7	Acima de R\$ 2.700,00	27,8
Total	100		100		100

Fonte: FIPE/Embratur – 2001-2002

- 1. Dos turistas que viajaram no período de 2001/2002 predominou os do sexo feminino.
- 2. 88,5% dos turistas apresentam idade superior a 30 anos.
- 3. A renda média representa um percentual de 33,3%.
- 4. 72,1% dos turistas se situam numa renda familiar dois salários mínimos.
- 5. O turista jovem pertence geralmente o sexo feminino com renda de até R\$ 720,00.

Estão corretas apenas

- A) 1 e 2.
- B) 2 e 3.
- C) 1, 2 e 3
- D) 1, 2 e 4.
- E) 2, 3 e 5.

QUESTÃO 20

O marketing do destino turístico procura assegurar que os turistas construam expectativas apropriadas e que o turismo e os produtos/serviços a ele relacionados satisfaçam suas expectativas. Os serviços ligados ao turismo incluem elementos tangíveis, intangíveis e metáforas:

- 1. São exemplos de elementos tangíveis: a cama de um hotel, os alimentos de uma refeição ou um souvenir;
- 2. As características da intangibilidade recorrem a substitutos tangíveis no processo de venda, como cartazes, fotos, vídeos etc;
- 3. Metáforas como: “Gravatá, a Suíça brasileira”, o slogan “Caruaru a capital do forró” são apelos populares que auxiliam à venda de um destino;
- 4. Em produtos tangíveis como o turismo, o uso de metáforas ganha importância nos esforços de marketing;
- 5. O uso de símbolos, também acontece no marketing dos destinos turísticos como Cristo Redentor no Rio de Janeiro, Padre Cícero no Crato, a Torre Eiffel em Paris.

Estão incorretas apenas

- A) 1, 2 e 3.
- B) 2 e 3.
- C) 1, 2 e 4.
- D) 2, 3 e 4.
- E) 4 e 5.

QUESTÃO 21

O turismo pode provocar no meio visitado todos os seguintes impactos negativos, exceto:

- A) Degradação e destruição dos recursos naturais.
- B) Perda de autenticidade da cultura local.
- C) Obtenção de benefícios diretos pela comunidade das visitas dos turistas e do próprio sistema de turismo local.
- D) Descrição estereotipada e falsa do turista e do país ou região de que procede, por falta de informação adequada.
- E) Aparecimento de disfunção social, familiar e desintegração da comunidade local.

QUESTÃO 22

É incorreto afirmar que o turismo é um eficiente meio para:

- A) promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores culturais e sociais;
- B) integrar socialmente, incrementar a economia e despertar consciência nacional para a proteção do seu patrimônio natural e histórico-cultural;
- C) promover o sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais;
- D) abrir novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural da região;
- E) desenvolver a criatividade em vários campos do conhecimento e estimular o interesse pelas viagens turísticas.

QUESTÃO 23

A conservação dos recursos turísticos naturais segundo Beni (2006) exige a aplicação de normas ecológicas, que devem estar presentes em toda metodologia de formulação e de desenvolvimento turístico:

1. Preservação – Salvar aqueles recursos que estão em risco de extinção, mediante a proibição de caçar, pescar e desmatar;
2. Restauração – Correção de erros de manejo em ecossistemas alterados: programas de reflorestamento, combate as pragas, regeneração de solos, revitalização de rios, tratamento d'água, etc;
3. Maximização – Utilizar um recurso tantas vezes quantas seja possível, com aproveitamento em sua quantidade total;
4. Estratégia – Planejamento dos recursos turísticos naturais com base em planos, projetos e programas e atividades harmônicas com sua qualidade e quantidade.
5. Uso Integral – Aproveitamento total de um recurso, evitando seu desperdício em uso simultâneo com outras atividades.

Estão **corretas** apenas

- A) 1, 2 e 4.
- B) 2 e 3.
- C) 1, 2 e 5.
- D) 2, 3 e 4.
- E) 4 e 5.

QUESTÃO 24

O turismo é, em certo sentido, o instrumento que serve de veículo a reabilitação das culturas, contribuindo em grande medida para sua difusão mundial. A organização dos bens culturais, posta à disposição do consumo turístico, em termos muito gerais compreende:

1. Acervo dos monumentos históricos e o registro dos legados que expressam os valores da sociedade;
2. Os museus e galerias de arte, que reúnem várias modalidades de expressão artística;
3. As manifestações populares de caráter religioso e profano;
4. A cultura popular;

Estão **corretas**:

- A) 1, 2 e 4, apenas.
- B) 3 e 4, apenas.
- C) 1, 2 e 3, apenas.
- D) 2, 3 e 4, apenas.
- E) 1, 2, 3 e 4.

QUESTÃO 25

São Organismos ou Organizações Internacionais de Turismo, de apoio ao turismo no nível mundial:

- A) Organização Mundial do Turismo (OMT);
- B) International Association of Convention and Visitors Bureau (IACVB);
- C) Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA);
- D) Organização Internacional da Aviação Civil (ICAO);
- E) World Travel and Tourism Council (WTTC)

QUESTÃO 26

Analise as proposições:

1. O turismo em Gravatá se dá pela valorização do turismo rural, através de roteiros eqüestres bem estruturados e valorizados pela presença de haras, fazendas de criação e centros hípicas;
2. O turismo em Gravatá está basicamente aliado a uma natureza rica e exuberante, onde a presença de Brejos de altitude configura uma área de exceção, com excelentes condições para a prática de esportes radicais e náuticos;
3. O turismo em Gravatá vem desenvolvendo roteiros turísticos com trilhas eqüestres, que aliadas ao turismo de eventos irá desenvolver com maior intensidade o turismo de massa;
4. O turismo em Gravatá apoiado em uma estruturada rede hoteleira, gastronomia atrativa e condições de temperatura amenizadas pelo Planalto da Borborema é um pólo atrativo ao turismo regional.

Estão **corretas** apenas

- A) 1, 2 e 4.
- B) 2 e 3.
- C) 1, 2 e 3.
- D) 2, 3 e 4.
- E) 1 e 4.

QUESTÃO 27

O conceito de mercado de turismo de acordo com Petrocchi (2004) está baseado na existência dos fatores:

1. A percepção de uma necessidade ou desejo de viajar por uma pessoa;
2. A existência de produtos para satisfazer o turista;
3. Existência da capacidade de compra por parte do cliente em potencial;
4. A inserção em um mercado onde os produtos são homogêneos e intercambiáveis

Está (ão) **incorreto (s)** apenas

- A) 1, 2 e 3.
- B) 2 e 3.
- C) 4.
- D) 2, 3 e 4.
- E) 1 e 4.

QUESTÃO 28

Dentre as tendências no mercado do turismo em todo mundo podem ser destacadas todas as abaixo, exceto:

- A) Aumento da procura por um turismo mais responsável que preserve o meio ambiente e não interfira negativamente na cultura local;
- B) Aumento do turismo de terceira idade, principalmente em países ricos;
- C) Procura por locais que possuam culturas diferenciadas e natureza atraente;
- D) A busca pelo turismo do tipo sol, areia, mar e sexo;
- E) Ênfase com na procura por qualidade nos serviços, maior personalização e flexibilização nos pacotes turísticos.

QUESTÃO 29

Assinale a alternativa que não faz parte propostas fundamentais do Plano Nacional de Turismo atual (2007/2010) em sua política de desenvolvimento para o setor:

- A) Fortalecer o turismo interno, como um poderoso instrumento para gerar emprego, renda e inclusão social;
- B) Promover cursos de qualificação profissional e incorporação das camadas de mais baixa renda como clientes do mercado turístico;
- C) Incentivar o turismo externo para ampliar as taxas de ocupação da rede hoteleira nas baixas temporadas;
- D) Incluir novos clientes nos roteiros turísticos como aposentados, pensionistas e estudantes, com o lançamento de pacotes diferenciados com preços promocionais;
- E) Promover o turismo como fator de desenvolvimento regional, com especial destaque para a função social do turismo.

QUESTÃO 30

As estratégias de marketing podem ser:

1. de diferenciação, que significam definir os tipos de produtos que sejam diversos dos oferecidos no mercado;
2. de posicionamento, que significam com qual ou com quais concorrentes a empresa disputará o mercado;
3. de consideração de estratégias centrais de curtíssimo prazo, no sentido de expandir o mercado, atraindo um maior número de turistas;
4. de melhoria em curto prazo da produtividade do sistema de turismo por meio do incremento de receitas, racionalização operacional e de custos;
5. de ampliação em longo prazo das parcelas de mercado por meio da atração de turistas-clientes de destinos concorrentes e da construção de alianças estratégicas.

Estão corretas, apenas:

- A) 1, 2 e 5.
- B) 2 e 3.
- C) 1, 2 e 3.
- D) 2, 3 e 4.
- E) 1 e 4.

Texto 1

A praga das mensagens indesejadas

Quem quer que utilize o correio eletrônico ou navegue na Internet sabe o quanto é irritante o recebimento de mensagens não solicitadas, geralmente de caráter comercial, às vezes infestadas por programas maliciosos, destinados à apropriação de dados para fins fraudulentos. Pois agora essa praga se espalha pelos telefones celulares. *Spam*, como é conhecida mundialmente essa prática, provém do termo inglês *span*, que, na sua forma verbal, tem o significado de 'estender ao redor, propagar'. Os internautas atribuem à expressão o sentido da emissão de mensagens comerciais em profusão, seja pelo correio eletrônico (e-mail), seja pelos programas de comunicação instantânea, ou pela abertura automática de janelas nas páginas da teia de navegação (web), nos canais de conversação (chats) e nos celulares, por meio de mensagens de texto (sms).

Nos Estados Unidos, essa última modalidade de *spam*, as mensagens indesejadas de texto para celulares, começa a causar maior preocupação, pois, ao inconveniente da perda de tempo com a abertura e a exclusão, soma-se o prejuízo financeiro, já que algumas operadoras cobram por sms recebido. O problema é que esse meio passou a ser maciçamente usado para propaganda. Dentre os danos causados pelo recebimento maciço de mensagens indesejadas pelo celular contam-se, ainda, o ruído decorrente de repetidos alarmes sonoros e o preenchimento do espaço de armazenamento de dados no aparelho, causando, se atingido o limite máximo, o travamento de funções. É inegável, portanto, que essa prática dos emissores de mensagens comerciais causa prejuízos aos destinatários e se reveste, pelo menos, de imprudência. (...)

Mas o usuário do celular tem ao seu dispor o poder de acionar a Justiça para cobrar do emissor da mensagem e da empresa de telefonia, em caso de recusa em bloquear o envio de mensagens comerciais não solicitadas, a reparação de danos materiais e morais, estes pelo sofrimento acarretado pelo recebimento de *spam*. (...) Além disso, a Polícia Federal tem instaurado diversos inquéritos para apurar a invasão de computadores para obtenção de senhas e dados dos usuários com o intuito de realizar saques em contas bancárias ou a utilização de cartões de créditos clonados.

Já são dezenas de processos penais em curso, com acusados presos, mas a prática continua se alastrando. O internauta pode colaborar na repressão desses crimes, comunicando à autoridade policial o recebimento de mensagens suspeitas. O endereço eletrônico disponível para informação dessa natureza é o da Divisão de Comunicação Social do DPF: dcs@dpf.gov.br

Lázaro Guimarães. *Diário de Pernambuco*, 25 de maio de 2008, p. A15.
Adaptado.

QUESTÃO 31

Do ponto de vista temático, o Texto 1 aborda, prioritariamente:

- A) as mais recentes novidades tecnológicas na área da telefonia celular.
- B) as ações que podem ser impetradas por internautas, na Polícia Federal.
- C) o prejuízo financeiro e moral dos usuários de celulares, nos Estados Unidos.
- D) as medidas necessárias para os internautas nunca receberem spams.
- E) as conseqüências, para o usuário, do envio de mensagens não desejadas.

QUESTÃO 32

É correto afirmar que o Texto 1 tem, como principais funções:

- A) atestar e criticar.
- B) comentar e informar.
- C) prescrever e ensinar.
- D) explicar e avaliar.
- E) instruir e contestar.

QUESTÃO 33

Acerca da organização geral do Texto 1, analise o que se afirma a seguir.

- 1. No primeiro parágrafo, o autor traça um panorama do assunto a ser tratado, de maneira que o tema fica, aqui, claramente introduzido.
- 2. No segundo parágrafo, o autor introduz um ponto de vista contrário ao que havia apresentado anteriormente, para poder, em seguida, cotejar posicionamentos distintos.
- 3. Nos dois últimos parágrafos, o autor aponta caminhos por meio dos quais os leitores podem defender-se em relação ao problema apresentado ao longo do texto.
- 4. O Texto 1 é um bom exemplo de texto inconcluso, ou seja, podemos perceber, nele, pistas explícitas de que ele terá uma continuação.

Estão corretas:

- A) 1, 2, 3 e 4.
- B) 1 e 2, apenas.
- C) 1 e 3, apenas.
- D) 2 e 3, apenas.
- E) 2 e 4, apenas.

QUESTÃO 34

Assinale a alternativa que corresponde ao sentido do título do Texto 1.

- A) As mensagens indesejadas são uma praga.
- B) Há praga nas mensagens indesejadas.
- C) É indesejado receber praga nas mensagens.
- D) Mensagens com praga são indesejáveis.
- E) Nas mensagens, a praga é indesejada.

QUESTÃO 35

“Além disso, a Polícia Federal tem instaurado diversos inquéritos para apurar a invasão de computadores para obtenção de senhas e dados dos usuários com o intuito de realizar saques em contas bancárias ou a utilização de cartões de créditos clonados.” – A análise das relações lógico-semânticas desse trecho nos permite afirmar corretamente que, nele, prevalecem as relações de:

- A) causa.
- B) tempo.
- C) finalidade.
- D) adição.
- E) condição.

QUESTÃO 36

“Quem quer que utilize o correio eletrônico ou navegue na Internet sabe o quanto é irritante o recebimento de mensagens não solicitadas”. Nesse trecho, o segmento destacado tem o mesmo sentido de:

- A) se alguém deseja utilizar.
- B) qualquer pessoa que utilize.
- C) quando alguém utiliza.
- D) depois de utilizar.
- E) ao se utilizar.

QUESTÃO 37

Assinale a alternativa na qual as normas vigentes de regência (nominal e verbal) foram seguidas.

- A) Já se pensa em criar uma legislação específica para os crimes ligados à Internet, devido o grande número de queixas registradas.
- B) Todos agradecem o bom trabalho da Polícia Federal no que tange a freqüente invasão de computadores.
- C) Infelizmente, profissionais que trabalham com a criação de recursos antispam não têm alcançado os resultados que aspiram.
- D) Denúncias de invasão de computadores são necessárias à consolidação de políticas de combate a essa prática abusiva.
- E) Muitas pessoas querem denunciar práticas fraudulentas via Internet, mas têm dificuldade de encontrar as informações que necessitam para realizar essa tarefa.

Texto 2

Como não se tornar um *spammer*

Muitas pessoas, mesmo sem perceber, em algum momento já enviaram uma corrente da sorte, uma lenda urbana ou algo parecido. Para não se tornar um *spammer*, mesmo entre amigos, é importante respeitar algumas dicas, como seguir as normas da etiqueta (Netiqueta); procurar informações a respeito dos diversos e-mails que você receber, para não correr o risco de reiniciar a propagação de lendas urbanas ou boatos; antes de enviar um e-mail, refletir se seu conteúdo será útil ou de interesse do grupo para o qual pretende remetê-lo; não usar listas de mala direta ou particulares de amigos de terceiros para enviar propaganda ou quaisquer divulgações pessoais e procurar refletir antes de repassar e-mails suspeitos, tais como: boatos, lendas urbanas e, até mesmo, golpes. A regra geral é: na dúvida, não envie.

Disponível em: <http://www.antispam.br>. Acesso em 30-05-2008. Adaptado.

QUESTÃO 38

As informações dos Textos 1 e 2 nos ajudam a inferir que ‘*spammer*’ significa:

- A) alguém que já enviou uma corrente da sorte, uma lenda urbana ou algo parecido.
- B) um internauta que, com freqüência, recebe spam via mensagens comerciais em profusão.
- C) o usuário do celular que não sabe como acionar a Justiça, em caso de receber spam.
- D) alguém que, entre amigos, não costuma seguir as normas de etiqueta da Net.
- E) alguém que envia spam em suas mensagens, ainda que sem a intenção de fazê-lo.

QUESTÃO 39

“A regra geral é: na dúvida, não envie.” – Podemos reconhecer, nessa regra, uma relação semântica de:

- A) condição.
- B) causa.
- C) conseqüência.
- D) conclusão.
- E) oposição.

QUESTÃO 40

O Texto 2 nos permite concluir que, para não se tornar um *spammer*, uma pessoa deve ser, principalmente:

- A) tranqüila.
- B) capacitada.
- C) respeitadora.
- D) prudente.
- E) sensível.