



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE EDUCAÇÃO
COLÉGIO DE APLICAÇÃO



PROVAS DE SELEÇÃO AO 6º ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL DE 2014

PORTUGUÊS E MATEMÁTICA

NOME DO CANDIDATO: _____

INSCRIÇÃO Nº: _____

DATA: 03 DE NOVEMBRO DE 2013.

LEIA COM ATENÇÃO

1. Verifique se este caderno de provas contém 24 questões (12 de Português e 12 de Matemática), numeradas de 01 a 12 em Português e 01 a 12 em Matemática.
2. Caso o seu caderno de provas não esteja completo, solicite ao fiscal de sala um outro caderno de provas. Não serão aceitas reclamações posteriores.
3. Nas questões de múltipla escolha, marque **APENAS UMA ALTERNATIVA**. Duas ou mais alternativas assinaladas serão consideradas como resposta nula.
4. Nas questões de proposição múltipla, marque V ou F para cada proposição.
5. **Não será permitido:**
 - a) levantar-se sem autorização do fiscal;
 - b) pedir ou consultar materiais alheios;
 - c) sair da sala com o caderno de provas;
 - d) usar instrumentos que contenham as quatro operações aritméticas ou auxiliem à realização das mesmas.
6. Coloque o seu nome e número de inscrição em cada folha do caderno de provas.
7. Ao terminar as provas, passe as suas respostas para a **FOLHA DE RESPOSTAS**, pois esse é o único documento que será utilizado para a correção de suas provas.
8. Esta prova terá duração de três horas e meia.

BOA SORTE!

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

PROVA DE PORTUGUÊS

O universo das propagandas e do consumo faz parte de nosso dia-a-dia. Convidamos você a refletir sobre esse universo através da leitura dos textos e da realização das questões a seguir.

Leia a letra da canção **Propaganda**, da banda brasileira *Nação Zumbi*, formada no início da década de 1990, em Recife.



Fonte: Disponível em www.istoe.com.br/reportagens/156745_EDUCACAO+FINANCEIRA+PARA+CRIANCAS+E+ADOLESCENTES, acesso em 10/08/2013.

TEXTO 01

Propaganda

Comprando o que parece ser
 Procurando o que parece ser
 O melhor pra você
 Proteja-se do que você
 Proteja-se do que você vai querer
 Para as poses, lentes, espelhos, retrovisores
 Vendo tudo reluzente
 Como pingente da vaidade
 Enchendo a vista, ardendo os olhos
 O poder ainda viciando cofres
 Revirando bolsos
 Rendendo paraísos nada artificiais
 Agitando a feira das vontades
 E lançando bombas de efeito imoral
 Gás de pimenta para temperar a ordem
 Gás de pimenta para temperar
 Corro e lanço um vírus no ar
 Sua propaganda não vai me enganar
 Como pode a propaganda ser a alma do negócio
 Se esse negócio que engana não tem alma
 Vendam, comprem
 Você é a alma do negócio
 Necessidades adquiridas na sessão da tarde
 A revolução não vai passar na tv, é verdade
 Sou a favor da melô do camelô, ambulante
 Mas 100% antianúncio alienante
 Corro e lanço um vírus no ar
 Sua propaganda não vai me enganar

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

Eu vi a lua sobre a Babilônia
Brilhando mais do que as luzes da Time Square
Como foi visto no mundo de 2020
A carne só será vista num livro empoeirado na estante
Como nesse instante, eu tô tentando lhe dizer
Que é melhor viver do que sobreviver
O tempo todo atento pro otário não ser você
Você é a alma do negócio, a alma do negócio é você
Corro e lanço um vírus no ar
Sua propaganda não vai me enganar

(Fonte: Álbum Nação Zumbi, 2002.)

QUESTÃO 01

No verso “Sua propaganda não vai me enganar”, pode-se inferir que está se tratando, mais explicitamente, da propaganda da(o):

- A. () Televisão.
- B. () Livro.
- C. () Internet.
- D. () Camelô.

QUESTÃO 02

O uso do gerúndio no TEXTO 01 NÃO indica:

- A. () Repetição rítmica.
- B. () Dinamismo da ação verbal.
- C. () Continuidade temporal.
- D. () Realização de fatos acabados.

QUESTÃO 03

Comparando-se o ditado popular “A propaganda é a alma do negócio” com a ideia central do TEXTO 01, podemos afirmar que:

- A. () A letra da canção concorda com o conteúdo do ditado popular.
- B. () O título da canção especifica a opinião do compositor segundo a orientação do ditado popular.
- C. () Os argumentos utilizados na canção contradizem o ditado popular.
- D. () A substituição da palavra “propaganda” do ditado popular pela palavra “Você” no verso “Você é a alma do negócio” colabora para confirmar a ideia do ditado popular.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

TEXTO 02

COLORTREND

51499-7 Sapo Encantado •

51500-8 Princesa em Fúria •

51498-1 Beijo Adormecido •

51498-0 Quase para Sempre •

51497-6 Mopá Envenenada •

Nova Coleção
CONTOS DE FADAS
às avessas

Não é só a rainha má
que vai sentir inveja de você.

www.grazicosmeticos.com.br

Grazi Cosméticos
Pronta entrega

notura AVON
VICTORIA'S SECRET

malte Brilho e
Larga Duração, 8 ml
de R\$2,49 cada
por R\$2,49 cada

LEVE + 1 por R\$1,99

100 • www.colortrend.com.br

AVON Maquiagem

(Fonte: Disponível em <http://www.grazicosmeticos.com.br/produto/Esmalte-Avon-Color-Trend-Brilho-e-Longa-Dura%E7%E3o-Novo-Quase-para-Sempre-8ml-51496%252d0.html>, acesso em 10/08/2013.)

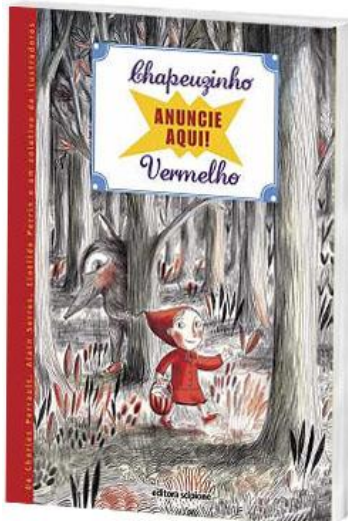
QUESTÃO 04

Sobre o TEXTO 02, é correto afirmar que:

- A. () Esse texto mantém uma relação de intertextualidade com um conto de fadas conhecido.
- B. () A expressão “às avessas” tem valor de adjetivo qualificador da expressão “contos de fadas”.
- C. () No anúncio publicitário, “a rainha má” simboliza apenas a vilã de um conto de fadas.
- D. () A linguagem não-verbal é indiferente para construção do sentido do texto.

Nome: _____ Inscrição Nº: _____

TEXTO 03



Chapeuzinho (Anuncie Aqui!) Vermelho

Adaptador: Alain Serre

Autor: Charles Perrault

Ilustrador: Clotilde Perrin

Todo mundo conhece a história de Chapeuzinho Vermelho, já repetida tantas vezes. Então por que não aproveitar esse conto tão tradicional para apresentar algumas marcas para as crianças? **Chapeuzinho (Anuncie Aqui!) Vermelho** traz um dos mais tradicionais contos de fadas entremeado de divertidos “anúncios publicitários”. De maneira irônica e inteligente, os pseudocomerciais dialogam com a história de Charles Perrault e propõem, aos jovens leitores, uma importante reflexão sobre publicidade e consumismo.

(Fonte: Disponível em <http://www.scipione.com.br>, acesso em 10/08/2013.)

QUESTÃO 05

Os textos 02 e 03 apresentam em comum:

- A. () O gênero textual.
- B. () O público alvo: crianças.
- C. () O conteúdo informativo.
- D. () O diálogo com contos de fadas.

QUESTÃO 06

A respeito do TEXTO 03, algumas afirmações foram feitas:

- I. O termo “esse conto” retoma o título do livro - “Chapeuzinho (Anuncie Aqui) Vermelho”.
- II. Os adjetivos “divertidos” e “inteligente” qualificam os substantivos “anúncios” e “maneira”, respectivamente.
- III. O vocábulo “pseudocomerciais” significa o mesmo que “pequenos comerciais”.
- IV. O uso das aspas em “anúncios publicitários” indica citação por parte do autor do texto.

Assinale a opção correta:

- A. () Apenas as afirmações I e II são adequadas.
- B. () Apenas a afirmação II é adequada.
- C. () Apenas as afirmações III e IV são adequadas.
- D. () Nenhuma das afirmações é adequada.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

TEXTO 04



(Fonte: Disponível em www.dorinho.com.br, acesso em 10/08/2013.)

QUESTÃO 07

No TEXTO 04, a palavra “persuadindo” indica:

- A. () Censura.
- B. () Influência.
- C. () Indiferença.
- D. () Persistência.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

TEXTO 05

CONSUMISMO ENTRE TWEENS

Os *tweens* são pré-adolescentes entre 8 e 14 anos – estão *in between*, no meio do caminho entre a infância e adolescência. *Tweens* são em geral, crianças muito ativas, que gostam de novidades, de comprar, apreciam estar com os amigos e ficam pouco tempo com a família. Eles são os alvos preferenciais do marketing e da mídia, por gastarem dinheiro principalmente com coisas desnecessárias, e passarem tempo exagerado diante da televisão.

Essas foram algumas das conclusões da pedagoga e economista Maria Aparecida Belintane Fermiano, autora da tese de doutorado "Pré-adolescentes (*tweens*) - desde a perspectiva da teoria piagetiana à da psicologia econômica", defendida em abril deste ano na Unicamp. Para a pesquisa, Belintane entrevistou 423 *tweens* de três escolas da região metropolitana de Campinas, de todas as classes sociais.

O *tween* está parcialmente na infância, mas não admite. Em casa, ele age como criança age, adora brinquedos e jogos, mas na escola não conta isso para ninguém e procura seguir um comportamento adolescente. De acordo com Fermiano, a sociedade também deixa de vê-lo como criança.

Outra informação da pesquisa é que o *tween* passa muito tempo sozinho em casa, na frente da televisão ou navegando na internet. A pedagoga ressalta que podemos avaliar a influência do marketing por meio dos interesses constatados na pesquisa. "Todos eles gostam das mesmas coisas. Existe um universo globalizado que influencia e transforma os costumes e o consumo em algo em homogêneo. E isso é o que é transmitido na televisão. Eles veem os personagens e querem ser iguais a eles, mas ainda não têm uma estrutura cognitiva para dizer não ao que é transmitido", explica. Segundo Fermiano, a intenção do comercial, que é manipular o espectador, foge à compreensão deles.

Os pré-adolescentes recebem dinheiro dos pais e, por isso, estão inseridos em um mundo econômico. Mas, mesmo os pais os considerando adultos e o marketing os tratando como clientes, eles ainda são crianças e não conseguem compreender seus gastos e diferenciar necessidades reais de "necessidades" desnecessárias por estarem em desenvolvimento e não terem a capacidade crítica formada.

Outro aspecto da vulnerabilidade dos *tweens* é a necessidade de pertencer a um grupo. "Eles estão em fase de firmar a identidade. Passam a admirar e a imitar as crianças mais velhas, e esse fato é utilizado pelas agências de publicidade. Elas procuram influenciar indiretamente, ou seja, fazer com que os amiguinhos daquela criança a influenciem a comprar seus produtos." A criança passa a se sentir à margem por não ter os produtos da moda.

Outro ponto destacado na tese da pesquisadora é a precocidade, principalmente das meninas, resultante da tentativa de imitar os mais velhos para pertencer ao grupo, aliada ao forte consumismo. Para a pedagoga, existe uma diferença entre o faz de conta e o

comportamento cotidiano. "Uma coisa é brincar de ser mocinha, o que é saudável e faz parte do desenvolvimento normal. Mas a criança está vivenciando isso diariamente, não pode sair sem passar gloss, ir à escola sem maquiagem, salto alto."

Para a pesquisadora, há uma responsabilidade da família e da escola em reverter esse quadro com uma nova alfabetização econômica, que tanto os pais quanto os professores estão mal preparados para assumir. Fermiano acredita que as crianças precisam aprender a construir estratégias de resistência ao bombardeio midiático para o consumo. Uma das propostas é discutir com as crianças o que está sendo visto na televisão, questionar atitudes dos personagens, por exemplo.

Sobre o impacto de publicidade, a pedagoga apoia a necessidade de regulamentação do Estado com relação ao conteúdo transmitido na mídia direcionado a crianças.

Saiba mais sobre a tese e leia matéria publicada no jornal da Unicamp.

http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/abril2010/ju458_pag0607.php

(Texto adaptado. Fonte: Disponível em <http://saude-joni.blogspot.com.br/2010/06/consumismo-entre-tweens.html>, acesso em 10/08/2013.)

QUESTÃO 08

Quanto à tipologia textual, podemos classificar a reportagem "Consumismo entre *tweens*", TEXTO 05, como predominantemente:

- A. () Informativo.
- B. () Argumentativo.
- C. () Dialogal.
- D. () Injuntivo.

QUESTÃO 09

Considerando as relações sintático-semânticas entre as orações dos segmentos extraídos do TEXTO 05, assinale a alternativa inadequada:

- A. () Em "Eles são os alvos preferenciais do marketing e da mídia, por gastarem dinheiro principalmente com coisas desnecessárias (...)" (1º parágrafo), há a ideia de causa.
- B. () Em "O tween está parcialmente na infância, mas não admite." (3º parágrafo), há a ideia de oposição.
- C. () Em "Em casa, ele age como criança age, adora brinquedos e jogos (...)" (3º parágrafo), há a ideia de comparação.
- D. () Em "Passam a admirar e a imitar as crianças mais velhas (...)" (6º parágrafo), há a ideia de tempo.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

QUESTÃO 10

Sobre a frase extraída do TEXTO 05, "Essas foram algumas das conclusões da pedagoga e economista Maria Aparecida Belintane Fermiano...", assinale V (verdadeiro) ou F (falso) em cada uma das afirmações a seguir.

- A. () Nas conclusões da pesquisa, os '*tweens*' são crianças e adolescentes que ficam muito tempo afastados do convívio familiar.
- B. () O pronome demonstrativo "essas" retoma informações comprovadas pela pesquisa.
- C. () A frase "Os *tweens* são pré-adolescentes entre 8 e 14 anos – estão *in between*, no meio do caminho entre a infância e adolescência." faz parte dessas conclusões.
- D. () Nas conclusões da pesquisadora, podemos perceber claramente que os pré-adolescentes são consumistas, porque são vulneráveis à mídia.

QUESTÃO 11

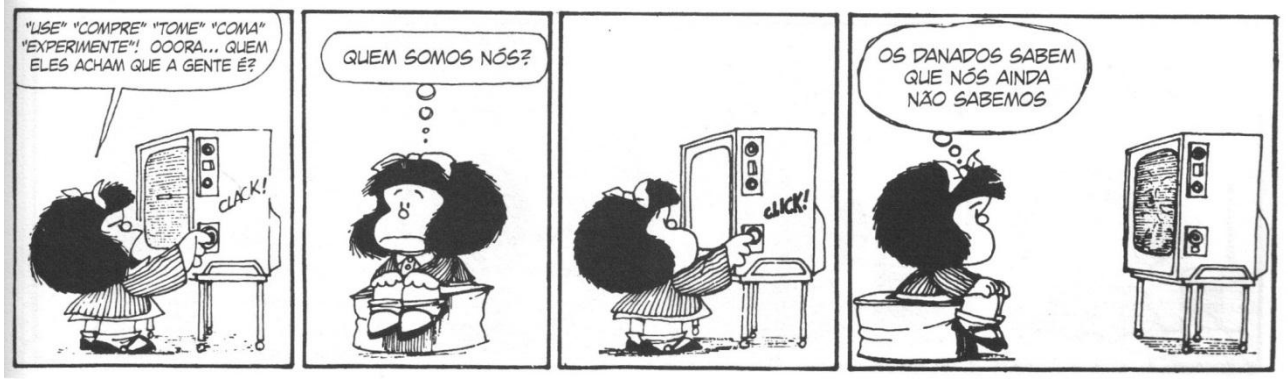
Leia as afirmativas extraídas do TEXTO 05:

- I. "Belintane entrevistou 423 tweens de três escolas da região metropolitana de Campinas, de todas as classes sociais."
- II. "Segundo Fermiano, a intenção do comercial, que é manipular o espectador, foge à compreensão deles."
- III. "Os pré-adolescentes recebem dinheiro dos pais e, por isso, estão inseridos em um mundo econômico."
- IV. "Todos eles gostam das mesmas coisas."

Agora, assinale V (verdadeiro) ou F (falso):

- A. () Nas frases I e II, há um sujeito simples tendo como núcleo um nome próprio.
- B. () Na frase III, há um sujeito composto, pois o substantivo núcleo do sujeito está no plural.
- C. () Na frase III, quanto ao trecho "estão inseridos em um mundo econômico", temos apenas o predicado, pois o sujeito está oculto.
- D. () Na frase IV, a palavra "eles" é o sujeito simples do predicado "gostar".

QUESTÃO 12



(Fonte: QUINO. *Toda Mafalda*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010, p.101.)

PRODUÇÃO DE TEXTO: **MANIFESTO**

Observe o que o site Brasil Escola apresenta sobre o gênero textual manifesto:

“Por meio dele, uma determinada pessoa ou um grupo delas se posiciona firmemente frente a uma problemática de naturezas distintas, sejam elas sociais, políticas, culturais ou religiosas. Tal gênero atua como uma espécie de denúncia acerca de um fato que ainda não é de conhecimento de toda a população, ou ainda pode funcionar como um alerta sobre a possibilidade de um problema vir a ocorrer.”

(Fonte: Disponível em <http://www.brasilescola.com/redacao/manifesto.htm>, acesso em 10/08/2013.)

Com base nessa informação, escreva um manifesto aos alunos da escola onde você estuda, posicionando-se contra as propagandas abusivas para crianças e adolescentes. No seu texto, você deverá seguir as orientações:

- Coloque um título em que a palavra “manifesto” esteja presente;
- Identifique o problema;
- Opine, com base em dois ou mais dados apresentados pela pesquisa relatada no TEXTO 05;
- Proponha soluções para o problema apontado;
- Finalize com a especificação de local, data e assinatura;
- Redija em 1ª pessoa;
- Use a linguagem culta;
- Escreva o mínimo de 12 e o máximo de 15 linhas.

Atenção:

Passar a sua produção de texto para a **FOLHA DE RESPOSTA!**

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

FOLHA PARA RASCUNHO

[illegible]

Atenção:

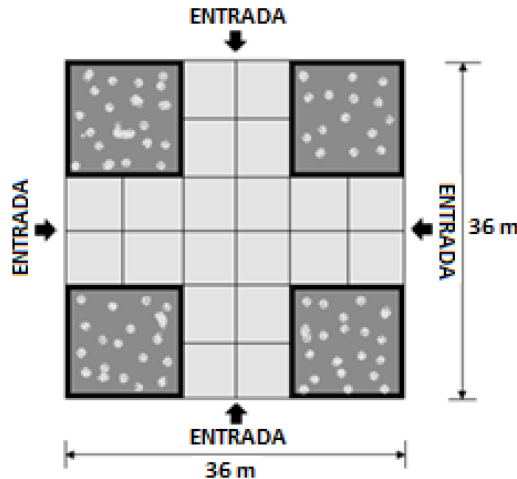
Passar a sua produção de texto para a **FOLHA DE RESPOSTA!**

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

PROVA DE MATEMÁTICA

QUESTÃO 01

A figura a seguir representa a vista superior da praça CRUZ que a prefeitura municipal construiu no bairro CRUZ DAS FLORES. A praça é quadrada e possui em cada canto um jardim, também quadrado, com os lados medindo 12 m.



A área da região por onde as pessoas podem transitar mede em metros quadrados:

- A. () 144.
- B. () 432.
- C. () 576.
- D. () 720.

QUESTÃO 02

Do Terminal Integrado existente no bairro CRUZ DAS FLORES, os ônibus de três linhas saem de acordo com os seguintes intervalos de tempo:

- Linha 1: de 18 em 18 minutos
- Linha 2: de 30 em 30 minutos
- Linha 3: de 45 em 45 minutos

Obedecendo essas regras, se em um dia da semana os ônibus das três linhas saírem pontualmente às 7h da manhã, qual será o próximo horário, desse mesmo dia, em que eles sairão novamente ao mesmo tempo?

- A. () 7h 31 min.
- B. () 8h.
- C. () 8h 30 min.
- D. () 8h 33min.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

QUESTÃO 03

Joana foi ao MERCADINHO CESTINHA com uma cédula de R\$ 20,00 para comprar os produtos da seguinte lista:

- ✓ 2 Desodorantes SEMSUOR.
- ✓ 3 Sabonetes BOAESPUMA.
- ✓ 1 Xampu KABELOMACIO.

O quadro abaixo mostra os preços por unidade desses e de outros produtos.

MERCADINHO CESTINHA	
Creme dental ANTIKARIE	R\$ 2,30
Desodorante SEMSUOR	R\$ 3,50
Hastes LIMPABEM	R\$ 1,70
Lenço de papel ASSUABEM	R\$ 2,40
Sabonete BOAESPUMA	R\$ 1,20
Xampu KABELOMACIO	R\$ 4,70

Com base nessas informações, é correto afirmar que Joana comprou todos os produtos da sua lista e ainda lhe sobrou:

- A. () R\$ 4,20.
- B. () R\$ 4,70.
- C. () R\$ 5,70.
- D. () R\$ 5,80.

QUESTÃO 04

Marcos levou três dias para colocar o piso (cerâmica) que comprou para sua casa:

- no primeiro dia, Marcos colocou metade do piso;
- por conta da chuva, no segundo dia, ele colocou apenas um quarto do piso que comprou;
- no terceiro dia, colocou os últimos 20 metros quadrados do piso.

Quantos metros quadrados de piso Marcos colocou em sua casa?

- A. () 15.
- B. () 20.
- C. () 40.
- D. () 80.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

QUESTÃO 05

Foi realizada uma pesquisa com 120 alunos para saber a preferência em relação ao gênero de programa de televisão veiculado no domingo à tarde. Os resultados estão apresentados no quadro abaixo:

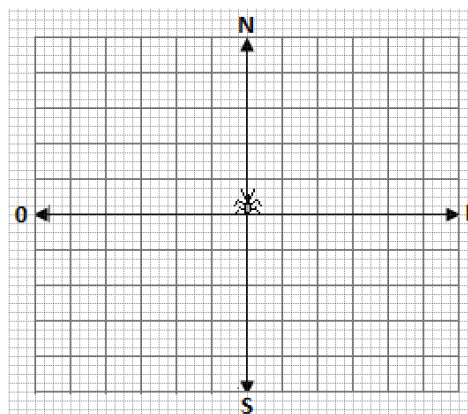
PROGRAMA DE TV PREFERIDO	
Gênero	Número de alunos
Esporte	30
Filme de Suspense	25
Filme de Ação	42
Informativo	11
Musical	12

Qual o percentual do gênero com maior preferência entre os alunos pesquisados?

- A. () 25 %
- B. () 32 %
- C. () 35 %
- D. () 42 %

QUESTÃO 06

Partindo de um ponto, uma formiga caminhou 2 metros para o norte (N), depois 3 metros para o oeste (O), depois 5 metros para o sul (S), depois 7 metros para o leste (L) e, finalmente, 3 metros para o norte (N). Onde a formiga parou, tomando como relação o ponto de partida.



- A. () 2 metros para o norte.
- B. () 3 metros para o sul.
- C. () 4 metros para o leste.
- D. () 5 metros para o oeste.

Nome: _____ Inscrição Nº : _____

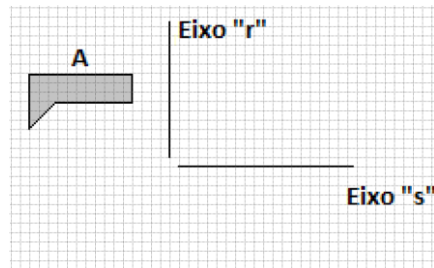
QUESTÃO 07

Na hora do recreio, brincando, Fátima disse aos amiguinhos que estava com 4 moedas na sua mão direita e 3, na esquerda. Se na mão direita de Fátima houvesse apenas moedas de 1 real e de 50 centavos, e na esquerda, moedas de 25 centavos e de 10 centavos, qual o maior valor que Fátima poderia ter juntando todas as moedas?

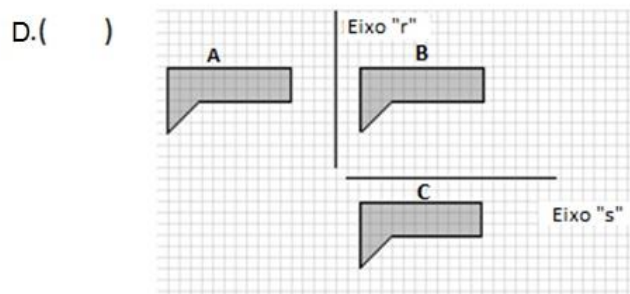
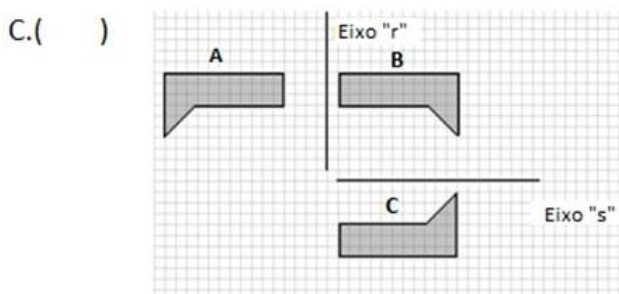
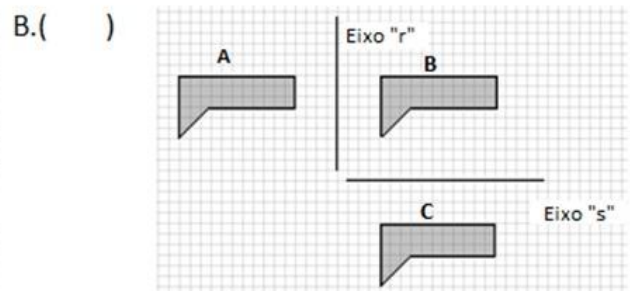
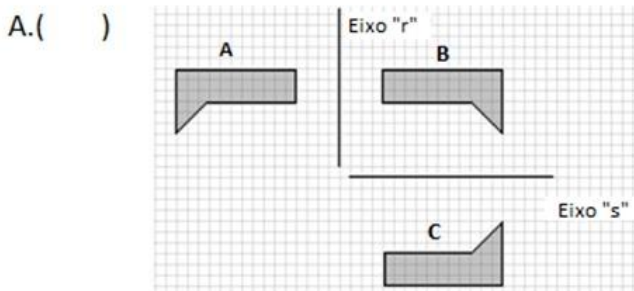
- A. () R\$ 4,75.
 B. () R\$ 4,10.
 C. () R\$ 3,75.
 D. () R\$ 3,60.

QUESTÃO 08

O professor Marcelo apresentou a seguinte figura, desenhada numa malha quadriculada com dois eixos "r" e "s".



Em seguida, o professor pediu que os alunos desenhassem, por reflexão, uma figura B, simétrica à figura A, em relação ao eixo "r", e outra figura C, simétrica a B, em relação ao eixo "s". A alternativa que mostra a solução correta dessa atividade é:



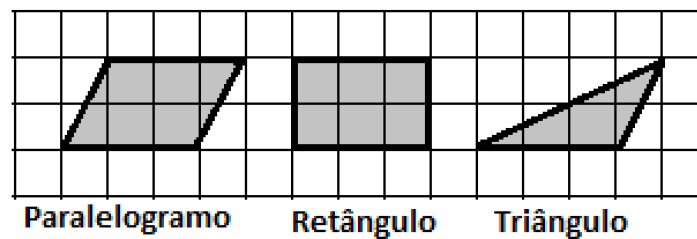
QUESTÃO 09

O Sítio Felicidade, em uma semana, produziu 950 ovos, a serem vendidos em bandejas com 18 ovos, cada. Se todas as bandejas foram vendidas por R\$ 4,00, cada uma; no total, quanto o Sítio Felicidade faturou com essa venda?

- A. () R\$ 52,00.
- B. () R\$ 72,00.
- C. () R\$ 208,00.
- D. () R\$ 212,00.

QUESTÃO 10

A figura abaixo contém três polígonos construídos numa malha quadriculada.

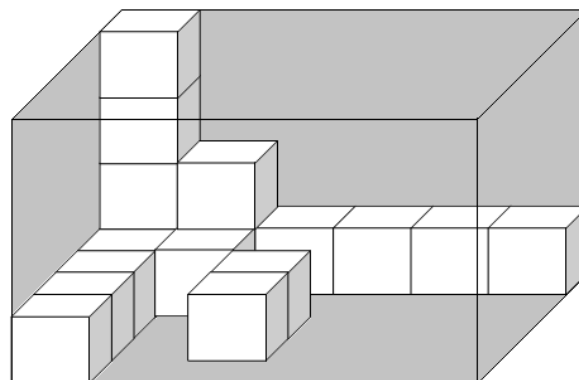


Com base nessa figura, é correto afirmar que dentre esses três polígonos:

- A. () o paralelogramo tem a maior área.
- B. () o triângulo tem metade da área do retângulo.
- C. () o retângulo tem o maior perímetro.
- D. () o paralelogramo tem o dobro do perímetro do triângulo.

QUESTÃO 11

A figura ao lado representa uma caixa de vidro em formato de bloco retangular e nela tem-se cubinhos de 1 centímetro de aresta, cada.



Com base nessas informações, assinale V (verdadeiro) ou F (falso) em cada uma das afirmações a seguir.

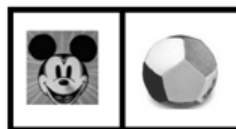
- A. () Na caixa, há 15 cubinhos.
- B. () Faltam 103 cubinhos para preencher toda a caixa.
- C. () A capacidade da caixa é de 120 cm^3 .
- D. () A área total da superfície interna da caixa, sem a tampa, mede 118 cm^2 .

QUESTÃO 12

O **jogo da memória** é formado por pares de peças que contém figuras iguais. Para começar o jogo, as peças devem ser apresentadas e postas com as figuras voltadas para baixo. Cada um dos dois participantes deve, na sua vez, virar duas peças e deixar que todos as vejam. Caso as peças tenham o mesmo par de figuras, o participante recolhe-as para si e joga novamente. Do contrário, as peças devem ser viradas e devolvidas para seus lugares, sendo passada a vez ao outro participante jogar. Ganha o jogo quem tiver recolhido mais peças.



Mediante essa regra, utilizando as cinco figuras reproduzidas acima, os alunos do 6º ano fizeram um jogo da memória, construindo duas peças retangulares para cada par de figuras distintas, como mostra o exemplo a seguir:



Com base nessas informações, assinale V (verdadeiro) ou F (falso) em cada uma das afirmações a seguir.

- A. () No jogo, há quatro peças contendo a figura do sorvete.
- B. () Ao todo, esse jogo contém dez peças.
- C. () Ganha o jogo quem primeiro recolher seis pares de peças.
- D. () Estando todas as peças viradas para baixo, a probabilidade de uma pessoa pegar aleatoriamente uma peça igual a do exemplo acima é de 10%.

Atenção:

Passar as suas respostas para a FOLHA DE RESPOSTAS!

Nome: _____ Inscrição Nº : _____