

Aula 01

*Banco do Brasil - Língua Inglesa - 2023
(Pós-Edital)*

Autor:
Ena Smith

Índice

1) AULA 01 TEORIA	3
2) AULA 01 CESGRANRIOQC	49

AULA 01

SUMÁRIO RESUMIDO	PÁGINA
Formação de Frases	2
Substantivos	5
Artigos	14
Pronomes	19
Preposições	36
Resumo da Aula	43

FORMAÇÃO DE FRASES

Por que é importante estudar a Formação das Frases? A razão é que, a partir do momento que você entende como as frases são formadas, vai ficar mais fácil para você entender a ideia principal delas, e conseqüentemente interpretar corretamente o texto.

Na Língua Inglesa as frases são formadas de diferentes tipos de palavras e cada tipo tem uma função específica na frase. Essas palavras são os substantivos (nouns), pronomes (pronouns), verbos (verbs), adjetivos (adjectives), advérbios (adverbs), preposições (prepositions), artigos (articles) e conjunções (conjunctions). A estrutura mais básica é a frase simples (the simple sentence). É uma frase que tem apenas uma oração independente (independent clause), também chamada de oração principal (main clause), contém um sujeito e um verbo (S + V) e às vezes um complemento, e expressa um pensamento completo.

The sun goes down.

O sol se põe.

Sujeito – The sun

Verbo – goes down

As outras estruturas de frases são compostas do sujeito, verbo e um objeto direto ou indireto (ou ambos) ou um complemento do sujeito. A Sigla SVO indica que a frase é formada por sujeito + verbo + objeto, e SVC significa sujeito + verbo + complemento do sujeito ou complemento adverbial, ou outros.

He gave the box to the woman.

Ele deu a caixa para a mulher.

Sujeito – He

Verbo – gave (o que?)

Objeto direto – the box (para quem?)

Objeto indireto – to the woman

My students are friendly.

Meus alunos são amigáveis.

Sujeito – My students (They)

Verbo TO BE (ser, estar) – are

Complemento do sujeito – friendly

Às vezes a frase é escrita na ordem indireta.

At noon during the summer my grandma wants BBQ for lunch.

Ao meio-dia durante o verão minha avó quer churrasco para o almoço.

Complemento adverbial - at noon during the summer

Sujeito – my grandma

Verbo – wants

Objeto direto – BBQ (barbecue ou barbeque)

Complemento – for lunch

Quando existe mais de uma oração independente em uma frase temos então a oração composta (the compound sentence). Para combiná-las em uma só frase são usadas as conjunções **For-And-Nor-But-Or-Yet-So**.

The sun begins to descend and the temperature goes down.

O sol começa a se pôr e a temperatura baixa.

He gave the box to the girl, but she didn't open it.

Ele deu a caixa para a garota, mas ela não a abriu.

My grandma wants BBQ, so my grandpa is hosting a cookout.

Minha avó quer churrasco, então meu avô está fazendo um churrasco ao ar livre.

Quando não for usada uma conjunção para unir as duas frases simples, pode ser usado o ponto e vírgula.

He works downtown in a school; his wife works in an office nearby.

Ele trabalha no centro da cidade em uma escola; a esposa dele trabalha em um escritório próximo.

EXERCÍCIOS

Arrume em frases as **scrambled words**. (palavras misturadas.)

a) This / a / is / / strategic / maneuver:

.....

b) I / think / she / not / intelligent / is:

.....

c) He / very / Spanish / speaks / well:

.....

d) The / soldier / not / stupid / is / , / intelligent / is / he:

.....

e) Where / from / she / is:

.....?

f) What / her / occupation / is:

.....?

g) My / house / comfortable / , / small / is / but / very:

.....

h) The / very / is / now / busy / captain:

.....

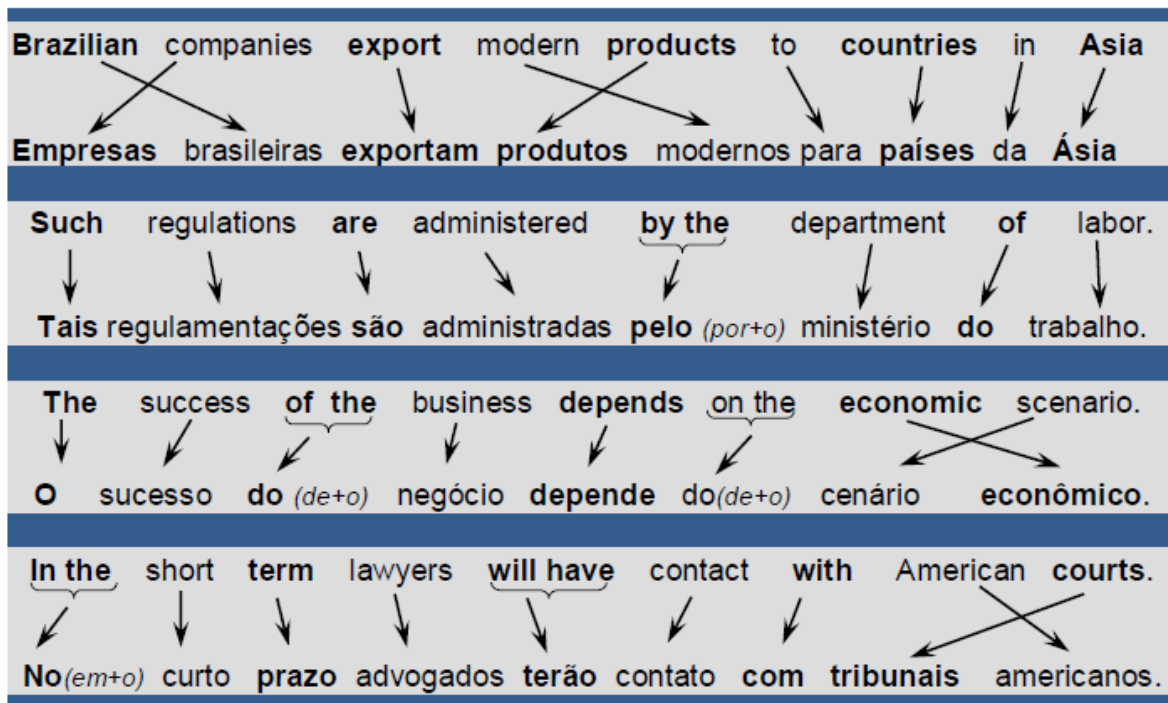
i) Think / is / really / ship / I / this / necessary:

.....

j) I / airplane / think / the / is / lost / not:

Gabarito:

- a) This is a strategic maneuver.
- b) I think she is not intelligent.
- c) He speaks Spanish well.
- d) The soldier is not stupid, he is intelligent.
- e) Where is she from?
- f) What is her occupation?
- g) My house is small, but very comfortable.
- h) The captain is very busy now.
- i) I think this ship is really necessary.
- j) I think the airplane is not lost.

MAPA MENTAL

1. **Em perguntas com determinados verbos, inverte-se as posições do verbo e sujeito.** Observe: *"Are you Brazilian?"* (Você é brasileiro?). Note que sujeito e verbo estão invertidos em inglês. **Moral da história:** em perguntas, pode haver inversão de posições. Entretanto, quando você for ler, você vai rapidamente perceber que você precisa inverter a tradução das palavras e isso não causará nenhum problema, ou seja, você vai entender perfeitamente o que está escrito.

2. **A forma negativa de alguns verbos.** Observe: *"No, I'm not Brazilian"* (Não, eu não sou brasileiro). Veja que em inglês se escreve *"am not"* e em português *"não sou"*. Perceba que se traduzirmos na sequência, a parte *"am not"* seria traduzida como *"sou não"*. **Moral da história:** com alguns verbos, a negativa se forma com a adição da palavra *"not"* APÓS o verbo (em português, o *"não"* vem ANTES do verbo).

3. **Substantivos acompanhados de adjetivos.** Observe a sentença: *"I 6ompu American lawyer"* (Eu sou um advogado americano). Nesse caso, trata-se de um substantivo acompanhado de um adjetivo. Quando isso acontecer, o adjetivo sempre vem ante do substantivo. **Moral da história:** A regra é simples: adjetivo vem antes do substantivo.

4. **Caso genitivo ('s).** É aquele famoso 's que vemos em nomes de lojas. Observe: *"Roberto's 6ompute ris obsolete"* (O computador do Roberto é obsoleto). Essa estrutura de 's não existe em português. Sendo assim, quando você se deparar com uma sentença como essa, lembre-se que você deve traduzir de trás para frente.

Resumindo: estas são as 4 ocasiões em que inversões que você encontrará em sua prova. De maneira geral, as sentenças em inglês obedecem a sequência **"SUJEITO + VERBO + COMPLEMENTO"**.

SUBSTANTIVOS

Um substantivo (*noun*) é uma palavra usada para nomear uma pessoa, animal, lugar, coisa, ideia abstrata. Assim como no Português, os substantivos na Língua Inglesa podem ser afetados por outros componentes da frase. Um substantivo em uma frase pode exercer diferentes funções como sujeito, objeto direto, objeto indireto, complemento do sujeito ou objeto, um aposto, um adjetivo ou um advérbio. Vai depender do contexto em que ele se encontra.

2.1. Substantivos Simples e Compostos

Quando um substantivo é formado de apenas uma palavra, ele é chamado de substantivo simples (**one-word noun**).

The **sun** rises above the **horizon**.

O **sol** surge no **horizonte**.

Quando o substantivo é composto de duas palavras é chamado de substantivo composto (**compound noun**). Podem ser dois substantivos, um substantivo + adjetivo ou um substantivo + advérbio.

'From **sunrise** to **sunset**' may mean all day long.

'Do **nascente** ao **poente**' pode significar o dia todo.

Alguns **substantivos compostos** são formados de palavras simples e contém hífen. Não há regras para indicar quando os substantivos compostos são escritos juntos ou separados.

My **mother-in-law** and **sister-in-law** like **ice cream**.

Minha **sogra** e minha **cunhada** gostam de **sorvete**.

EXERCÍCIOS

Assinale se o substantivo é simples (S) ou composto (C) e traduza cada um deles.

- a) () Bottles
- b) () Driving license
- c) () Government
- d) () Income Tax
- e) () Machine
- f) () Machine gun

- g) () Money
- h) () Son-in-law
- i) () State employee
- j) () State-run company
- k) () Swimming pool

Gabarito:

- a) (S) Garrafas
- b) (C) Carteira de Habilitação
- c) (S) Governo
- d) (C) Imposto de Renda
- e) (S) Máquina
- f) (C) Metralhadora
- g) (S) Dinheiro
- h) (C) Genro
- i) (C) Funcionário Público
- j) (C) Estatal
- k) (C) Piscina

MAPA MENTAL

Substantivos

Simples

government, student,
money, house, pencil

Substantivos

Compostos

sunrise, mother-in-law, ice-
cream, greenhouse, haircut

2.2. Substantivos Contáveis e Incontáveis

Um substantivo contável (**countable noun**) se refere a coisas que existem em unidades individuais distintas. É expresso com o acréscimo de um **s** no final da palavra.

I bought **two** bottles of Italian wine.

Comprei **duas** garrafas de vinho italiano. (Garrafas de vinho podem ser contadas.)

Um substantivo incontável (**uncountable noun**) geralmente não é expresso com o acréscimo de um **s** no final da palavra, ou seja, não tem a forma do plural.

The wine spilled on my dress.

O **vinho** caiu no meu vestido. (quantos vinhos? Vinho não pode ser contado)

In short (Resumindo):

■ A maioria dos substantivos incontáveis são:

- **líquidos** (milk (leite), water (água))
- ideias abstratas (advice (conselho), motivation (motivação))
- pó e grãos (rice (arroz), wheat (trigo), sand (areia))
- substantivos de massa (furniture (móvel), hair (cabelo), transportation (transporte))
- fenômenos naturais (snow (neve), rain (chuva), weather (clima))
- estados de ser (stress, childhood (infância))
- gás (oxygen, air, etc)
- Sentimentos (anger (raiva), happiness (felicidade), etc)

MAPA MENTAL

**Substantivos
Contáveis (Countable
Nouns)**



garrafas, mesas,
casas, livros,
canetas, etc

**Substantivos Incontáveis
(Uncountable Nouns)**



líquidos em geral, comidas
e bebidas em geral,
sentimentos, coisas
cotidianas, matérias
primas, tempo livre

2.3. Plural dos Substantivos

O Plural dos substantivos é formado de diferentes formas. Na maioria dos substantivos faz-se o plural por acrescentar apenas um “S” à palavra.

She read four **books** in two **months**.

Ela leu quatro **livros** em dois **meses**.

Quando o substantivo terminar em **CH, SH, S, SS, X** ou **Z**, é acrescentado “**ES**” para fazer seu Plural.

They have a **class** in the **church**.

Eles tem uma **aula** na **igreja**.

They have **classes** in the **churches**.

Eles tem **aulas** nas **igrejas**.

Quando o substantivo terminar em **consoante + Y**, é deletado o **Y** e acrescentado “**IES**”.

The **duties** (**duty**) of a manager are important.

Os **deveres** de um gestor são importantes.

Em alguns substantivos que terminam em **F** ou **FE**, é deletado o “**F**” ou “**FE**” e acrescentado **VES**.

Why do **leaves** (**leaf**) fall off trees?

Por que as **folhas** das árvores caem?

Alguns substantivos tem o plural irregular. Não há regra para esse tipo de plural.

The **woman** gave the **mouse** to the **child**.

A **mulher** deu o **rato** para a **criança**.

The **women** gave the **mice** to the **children**.

As **mulheres** deram os **ratos** para as **crianças**.

2.4. Gêneros dos Substantivos (Nouns Gender)

Na Língua Inglesa, diferente do Português, alguns substantivos têm o mesmo formato para o masculino e feminino. Outros são variáveis de acordo com o gênero. Observe abaixo alguns deles:

accountant	contador(a)
actor / actress	ator/atriz
boy / girl	menino, rapaz /menina, moça
brother / sister	irmão / irmã
emperor / empress	imperador / imperatriz
engineer	engenheiro (a)
father / mother	pai / mãe
grandfather / grandmother	avô / avó
husband / wife	marido / esposa
janitor	zelador(a)
king / queen	rei / rainha
lawyer	advogado(a)
man / woman	homem/mulher
nephew / niece	sobrinho (a)
nurse	enfermeiro (a)
policeman / policewoman	policial masculino / feminino

prince / princess	príncipe / princess
son / daughter	filho / filha
student	aluno (a)
teacher	professor (a)
uncle / aunt	tio / tia
waiter / waitress	garçon / garçonete

2.5. Substantivo que indica Posse (the genitive)

No caso possessivo, um substantivo muda sua forma de mostrar que ele possui ou está intimamente relacionado a outra coisa. Normalmente, os substantivos tornam-se possessivos por adição de uma combinação de um **apóstrofo e a letra "s"**. O caso possessivo de um substantivo singular que termina em **"s"** é formado adicionando-se apenas um apóstrofo.

The **Queen's** palaces are in Britain.

Os palácios da rainha estão na Inglaterra.

Atenção! Ao mudar a posição do apóstrofo, o substantivo vai para o plural.

The **Queens'** palaces are in Britain.

Os palácios das rainhas estão na Inglaterra.

Se o dono da posse for um nome próprio e terminar em **s** pode-se colocar apenas o apóstrofo ou **'s**. O uso desse último deixa a frase mais clara.

That is **James'** house.

Aquela é a casa do James.

Se estiver no final da frase fica implícito, para não ter que repetir novamente o substantivo.

The blue house is **James's** (house).

A casa azul é (a casa) **do James**.

Se dois elementos tiverem posse do mesmo objeto, o apóstrofo é colocado apenas no último nome.

That is **James and Mary's** house.

Aquela é a casa **do James e da Mary**.

EXERCÍCIOS

Traduza as seguintes sentenças. Fique atento!

The author's conclusions: As conclusões do autor

a) The teacher's opinion: _____

b) The teachers' opinion: _____

c) Bob and Mary's children are cute babies:

d) Bob's and Mary's children are cute babies:

e) Murphy's law: _____

f) Employee's salary: _____

g) Employees' salaries: _____

h) Roberto's friends: _____

GABARITO:

a) A opinião do professor.

b) A opinião dos professores.

c) Os filhos de Bob e Mary são lindos bebês (os bebês são dos dois, Bob é o pai e Mary é a mãe)

d) Os filhos de Bob e Mary são lindos bebês (os bebês não são dos dois, Bob tem seus bebês e Mary os dela, ou seja, cada um tem filhos separados).

- e) Lei de Murphy.
- f) Salário do funcionário/empregado.
- g) Salários dos empregados.
- h) Amigos do Roberto.

MAPA MENTAL

Lembre-se:

Examples:

- *Ena's students*
- *Roberto's videoclasses*
- *Charles's boss*
- *Bob and Mary's children*
- *Bob's and Mary's children*

Genitive Case



's

ARTIGOS

Geralmente os artigos são usados antes de substantivos. Os artigos (**articles**) em Inglês são três: o **Definido** (The = o, a, os, as) e os **Indefinidos** (A=um, uma) e (AN=um, uma).

3.1. O Artigo Definido The

Usa o artigo definido **The** para se referir a coisas específicas, quando nos referimos a algo que já foi mencionado antes. Pode ser antes de palavras no singular ou plural. Portanto, o ouvinte já sabe de que estamos falando.

Mary – Where are you going? (Para onde você vai?)

John – I am going to **the** meeting. (Vou para **a** reunião)

Foi usado **the** em **the meeting** pois a pessoa que pergunta já sabe a que reunião o interlocutor se refere. Sabe que ele fala de uma reunião específica.

Também usamos **the** antes dos nomes de 1% dos países. Geralmente são os países que tem a palavra **United** no nome ou que são compostos de ilhas pequenas. Ex: The United States of America (Os Estados Unidos da América), The United Kingdom (O Reino Unido), The Philippines (As Filipinas).

3.2. O Artigo Indefinido A (um, uma)

Usa-se o artigo indefinido **A** para referir-se a algo em geral, algo que os seus ouvintes não conhecem ou não foi mencionado antes. Ele é usado antes de substantivos **no singular**, antes de palavras que tem som de consoante.

Mary – Where are you going? (Para onde você vai?)

John – I am going to **a** meeting. (Vou para **uma** reunião)

Foi usado **a** em **a meeting** pois a pessoa que pergunta não sabe a que reunião o interlocutor se refere. O artigo **a** transmite uma ideia abrangente, geral. E a palavra seguinte começa com som de consoante.

3.3. O Artigo Indefinido AN (um, uma)

Usa-se o artigo indefinido **AN** para referir-se a algo em geral, algo que os seus ouvintes não conhecem ou não foi mencionado antes. Ele é usado antes de substantivos **no singular**, **contáveis** que começam com vogal. A exceção são as palavras **heir** (herdeiro), **honest** (honesto), **hour** (hora) e **honor** (honra) que iniciam com **h** mudo.

Mary - What is that? (O que é isso?)

John – This is **an** invitation. (É **um** convite.)

Foi usado **an** em **an invitation** pois a pessoa que pergunta não sabe a que convite o interlocutor se refere. O artigo **an** transmite uma ideia abrangente, geral. E a palavra seguinte começa com vogal.

EXERCÍCIOS

Complete com "A" ou "AN". Fique atento!

- a) UMA empresa ____ company
- b) UMA banana ____ banana
- c) UMA estratégia ____ strategy
- d) UMA recessão ____ recession
- e) UMA faculdade ____ college
- f) UM disco voador ____ UFO
- g) UM relatório ____ report
- h) UM economista ____ economist
- i) UMA vantagem ____ advantage
- j) UM advogado ____ attorney
- k) UM homem honesto ____ honest man
- l) UMA emergência ____ emergency
- m) UMA queda ____ drop
- n) UMA oferta ____ offer

GABARITO:

- a) A company
- b) A banana
- c) A strategy
- d) A recession

- e) A college
- f) A UFO (começa com som de consoante "y")
- g) A report
- h) AN economista
- i) AN advantage
- j) AN attorney
- k) AN honest man
- l) AN emergency
- m) A drop
- n) AN offer

3.4. Plural dos Artigos Indefinidos

Para expressar o plural dos artigos indefinidos **A, AN (um, uma)**, usa-se o adjetivo (determinante): **some (uns, umas, alguns, algumas)** ou **zero article** (não se usa artigo).

They visited **some** distant areas.

Eles visitaram **algumas** áreas distantes.

3.5. The Zero Article (Omissão Do Artigo)

O artigo zero acontece quando os substantivos dispensam o uso do artigo *definido* the e *indefinidos* a (n). Alguns exemplos quando não se usa artigo são antes de dias de semana, substantivos próprios (nomes de pessoas, lugares), pronomes possessivos.

Sunday is a fascinating.

O Domingo é um dia fascinante.

Mary traveled to Rio.

A Maria viajou para o Rio.

My parents live in Brazil.

Os meus pais moram no Brasil.

EXERCÍCIOS

Coloque "a / an" ou "the" onde for necessário. Traduza as frases.

- a) Last night my father bought ____ magazine because he wanted to read ____ interesting article about ____ new investments in Brazil.
- b) We'll buy ____ big company in ____ Europe. There's ____ big warehouse, but ____ parking lot is small.
- c) ____ my boss will probably have problems with some new employees.
- d) ____ Brazil exports different kinds of goods.
- e) ____ convention was interesting, but a little tiring.
- f) It's ____ very expensive project.
- g) Accounting is ____ system that enables companies to record all ____ money that comes in and goes out.
- h) My cousin intends to be a manager. He intends to manage ____ department in a big multinational company.
- i) That document is ____ important contract.
- j) Do you prefer to analyze ____ data on the computer screen?
- k) Will he have time to analyze ____ proposal that we sent him last week?
- l) I have ____ appointment with Mr. Johnson. My name is Emmett, Richard Emmett.

Gabarito:

- a) A/ an / the
- b) A / - / a / the
- c) –

- d) –
- e) The
- f) A
- g) A / the
- h) A
- i) An
- j) The
- k) The
- l) An

PRONOMES

4.1. Pronomes Pessoais

Os Pronomes Pessoais (Personal Pronouns) são divididos em Pronomes sujeito (Subject Pronouns), que são equivalentes aos pronomes do caso reto em Português e Pronomes Objeto (Object Pronouns) equivalentes ao caso oblíquo. São palavras pequenas que você pode usar para substituir uma pessoa ou coisa, quando você já falou sobre eles, ou seja, usamos os pronomes pessoais quando não é necessário repetir nomes ou frases nominais aos quais eles se referem. Por exemplo:

John loves Mary. He (John) is always buying her gifts.

John ama Mary. Ele (John) está sempre comprando presentes para ela.

Globalization is both a cause and a result of the modern information revolution. It (globalization) is driven by dramatic improvements in telecommunications.

A globalização é tanto a causa como o resultado da moderna revolução da informação. Ela (globalização) é impulsionada por surpreendentes melhoras nas telecomunicações.

Os Pronomes Pessoais no Singular são: I, he, she, it, you e no Plural são We, You e They.

Pronome Sujeito	Pronome Objeto
-----------------	----------------

I (eu)	me (me, mim)
He (ele)	him (lhe, o, a ele)
She (ela)	her (lhe, a, a ela)
It (neutro)	it (lhe, o, a)
You	you (lhe, o, a, te, ti, a você)
We (nós)	us (nos)
You	you (vos, lhes, vocês)
They (eles, elas)	them (lhes, os, as)

Os pronomes pessoais no singular são usados para substituir um elemento e os pronomes no plural substituem mais de um elemento: pessoa ou coisa. Observe no quadro acima que o *You* pode ser usado para substituir tanto uma pessoa como mais de uma pois ele serve para ambos: singular e plural. O *It* é o pronome pessoal que nós usamos ao invés de *she/her* ou *he/him* quando nos referimos a coisas antes que a pessoas, no singular. Compare os seguintes exemplos de pronomes sujeitos e objetos:

You have a great mom. She is nice and a hard worker. You should take care of her.

Você tem uma mãe excelente. Ela é ótima e trabalhadora. Você deveria cuidar dela.

João is a good teacher. He teaches in the High school. I have known him since I was twelve.

João é um bom professor. Ele ensina na escola de ensino médio. Eu o conheço desde que eu tinha doze anos.

This ring is over a hundred years old. It used to belong to my mother. I gave it to my daughter when she was twelve years old.

Este anel tem mais de cem anos. Ele pertencia a minha mãe. Eu o dei à minha filha quando ela tinha doze anos.

O pronome pessoal *it* é usado também quando não tem nenhuma pergunta ou nome o precedendo. Nós usamos *it* como um sujeito vazio quando nos referimos a clima, temperatura, tempo, distâncias ou circunstâncias atuais. Observe os exemplos seguintes:

It's just awful. It's the weekend again and it's been raining since early morning.

É simplesmente horrível. É fim de semana de novo e tem chovido desde manhã cedo.

Cuidado! Não confunda *It's* com *Its*, o primeiro é a contração do pronome pessoal sujeito *It* + *is* (verbo to be na terceira pessoa do singular) e o segundo, *Its* é o pronome possessivo da pessoa *It*, o qual será visto mais na frente nesta aula.

Traduza as seguintes frases, perceba a utilização do pronome "it"

EXERCÍCIOS

- a) It will be a hard task. _____ -
- b) It will be easy to understand the e-mail _____
- c) It won't be explained today. _____
- d) It would be necessary. _____
- e) It would be broken. _____
- f) It wouldn't be right to do this. _____
- g) It would be defined by the director. _____

Gabarito:

- a) It will be a hard task. (Será uma tarefa dura.)
- b) It will be easy to understand the e-mail. (Será fácil (de) entender o e-mail.)
- c) It won't be explained today. (Não será explicado hoje.)
- d) It would be necessary. (Seria necessário.)
- e) It would be broken. (Seria/estaria quebrado.)
- f) It wouldn't be right to do this. (Não seria correto fazer isto.)
- g) It would be defined by the director. (Seria/estaria definido pelo diretor.)

Os pronomes pessoais *they* e *them* também são usados como pronomes neutros quanto ao gênero, quando não sabemos se o sujeito é masculino ou feminino, e podem referir-se a ambos: coisas e pessoas.

Where are my T-shirts? ~ They're on the top shelf. ~ I can't find them.

Onde estão minhas camisetas? ~ Elas estão na prateleira de cima. ~ Eu não consigo encontrá-las.

If they call from the insurance company, tell them I am on my way.

Se ligarem da seguradora, diga a ele (ela) que estou a caminho.

EXERCÍCIOS

1. Escolha o pronome correto para preencher as lacunas.

a) Some companies will import raw material. They will import _____ (**them; it**) from Switzerland and Italy.

b) The buyer intends to buy components as soon as possible because the assembly line has to work 24 hours a day. _____ (**they; he**) intends to buy _____ (**it; them**) from a local supplier.

c) Last week John Cowhand, our accountant, decided to check some data. _____ (**he; she**) wanted to check _____ (**it; them**) on the computer screen.

d) The manager would like to change some procedures. He would like to change _____ (**it; them**) because new equipment and machines will be imported next semester.

e) Entrepreneurs need to analyze the economic scenario every day because _____ (**he; they**) need to make difficult decisions.

f) The directors of the departments need to speak English fluently. They need to speak _____ (**it; them**) fluently because they will travel abroad every month.

g) Auditors work long hours **in order to** (a fim de; com o intuito de) check problems. _____ (**he; they**) also write reports about _____ (**they; them**).

GABARITO:

- a) **It** (raw material = matéria prima: é uma palavra no singular)
- b) **He** (buyer = comprador) – **them** (components = componentes)
- c) **He** (accountant = contador) – **them** (data = dados)
- d) **Them** (procedures = procedimentos)
- e) **They** (entrepreneur = empresários)
- f) **It** (English)
- g) **They** (auditors)

4.2. PRONOMES REFLEXIVOS

Enquanto os Pronomes Pessoais são usados para expressar o sujeito os **Pronomes Reflexivos (Reflexive Pronouns)** são usados para indicar que a ação reflexiva recai sobre o próprio sujeito. Nesse caso, o pronome vem logo após o verbo e concorda com o sujeito.

Estes pronomes se caracterizam pelas terminações *self* (no singular) e *selves* (no plural). Para cada Pronome Pessoal (*Personal Pronoun*) existe um Pronome Reflexivo (*Reflexive Pronoun*). Na tabela abaixo estão indicados os Pronomes Pessoais (*Personal Pronouns*) e os Pronomes Reflexivos (*Reflexive Pronouns*) aos quais eles se referem.

I (eu)– <i>myself</i>	A mim mesmo, -me
You (tu, você)– <i>yourself</i>	A ti, a você mesmo, -te, -se
He (ele)- <i>himself</i>	A si, a ele mesmo, -se
She (ela) - <i>herself</i>	A si, a ela mesma, -se
It (ele, ela /neutro)- <i>itself</i>	A si mesmo (a), -se
We (nós)- <i>ourselves</i>	A nós mesmos (as), nos
You (vós, vocês)- <i>yourselves</i>	A vós, vocês mesmos (as), -vos,-se
They (eles, elas)– <i>themselves</i>	A eles mesmos (as), a si

When Mary cut her hand, she hurt herself.

Onde her=pronome obliquo, she=pronome sujeito e herself=pronome reflexivo

Quando Mary cortou a mão dela, ela machucou a si mesma (se machucou).

Some minutes after the train left the station, it stopped by itself.

Onde it=pronome sujeito e itself=reflexivo

Alguns minutos depois que o trem deixou a estação, ele parou por si só.

Enjoy yourselves!

Divirtam-se!

Help yourself!

Sirva-se!

4.3. PRONOMES POSSESSIVOS

Enquanto os pronomes pessoais indicam o sujeito, os possessivos indicam posse (meu, seu, teu, dele, etc). Em inglês, existem duas formas de pronome possessivo, uma para os pronomes adjetivos possessivos (**possessive adjectives pronouns**) e outra para os pronomes substantivos possessivos (**possessive pronouns**). Os pronomes substantivos possessivos e os adjetivos possessivos mostram a quem o elemento pertence. Observe na tabela abaixo na primeira coluna estão os adjetivos possessivos (que acompanham os substantivos); na segunda, os pronomes possessivos (que retomam os substantivos).

Possessive Adjectives	Possessive Pronouns
I – my	mine (meu, minha)
you - your	yours (teu, tua, seu, sua)
He - his	his (seu, dele)
She – her	hers (seu, dela)

It – its	its (dele, dela/neutro)
We – our	ours (nosso)
You – your	yours (de vocês)
They - their	theirs (deles, delas)

My wallet is the black one.

Minha carteira é a preta.

The black wallet is mine.

A carteira preta é minha.

Onde, **my** é o pronome adjetivo e mine o possessivo.

It is Mike's car. It's his.

Esse é o carro do Mike. É dele.

Is this book mine, or is it yours?

Esse livro é meu, ou é teu?

It's the children's room. It's theirs.

Esse é o quarto das crianças. É delas.

EXERCÍCIOS

Escolha o pronome correto para preencher as lacunas.

a) _____ (Your / Yours) car is blue, but _____ (my / mine) is black.

b) She kissed _____ (her / hers) father and I kissed _____ (my / mine) mother.

- c) _____ (My / mine) book is old, on the other hand _____ (your / yours) is brand-new.
- d) _____ (our / ours) course is the best on the market. On the other hand, _____ (their / theirs) is the worst.
- e) These are _____ (our / ours) books.
- f) This is _____ (your / yours) computer. _____ (my / mine) is at the office.
- g) I have _____ (my / mine) house and you have _____ (your / yours).
- h) The cities and _____ (their / theirs) inhabitants face several problems with the heavy storm.
- i) _____ (my / mine) neighbor is a nice person, but _____ (her / hers) is very noisy and impolite.

GABARITO:

- a) Your car is blue, but mine is black.
- b) She kissed her father and I kissed my mother.
- c) My book is old, on the other hand yours is brand-new.
- d) Our course is the best on the market. On the other hand, theirs is the worst.
- e) These are our books.
- f) This is your computer. Mine is at the office.
- g) I have my house and you have yours.
- h) The cities and their inhabitants face several problems with the heavy.
- i) My neighbor is a nice person, but hers is very noisy and impolite.

4.4. PRONOMES DEMONSTRATIVOS

Os Pronomes Demonstrativos (*Demonstrative pronouns/adjectives*) servem para apontar, indicar e mostrar alguma coisa, lugar, pessoa ou objeto. Esses pronomes podem atuar como adjetivos, antes do substantivo, ou como pronomes substantivos. Observe mais detalhadamente os Pronomes Demonstrativos (*Demonstrative Pronouns*) listados abaixo:

This – este, esta, isto	These – estes, estas
That – aquele, aquela, aquilo	Those – aqueles, aquelas

4.4.1. This (Este, Esta, Isto)

This is my city. (Demonstrative pronoun)

Esta é o minha cidade. (Pronome demonstrativo substantive pois está antes do verbo *is*)

This city is beautiful. (Demonstrative adjective)

Esta cidade é linda. (pronome demonstrativo adjetivo pois está antes do substantivo *city*)

4.4.2. That (Aquele, aquela, aquilo)

That is a good question.

Essa é uma boa pergunta.

That question was already answered.

Essa pergunta já foi respondida.

4.4.3. These (Estes, estas)

These are our technologies.

Estas são nossas tecnologias.

"These technologies are helping to overcome the barriers of physical distance."

"Estas tecnologias estão ajudando a vencer as barreiras da distância física."

4.4.4. Those (Aqueles, aquelas)

Those are American actors.

Aqueles são atores americanos.

Those actors are very famous.

Aqueles atores são muito famosos.

4.5. PRONOMES INTERROGATIVOS

Os Pronomes Interrogativos substituem substantivos em perguntas.

Who is running for president? (The New York Times)

Quem está se candidatando para presidente?

Whose money is it?

De quem é esse dinheiro?

What can investors expect from Brazil's economy? (Forbes)

O que os investidores podem esperar da economia do Brasil?

Which app is more secure: Telegram or Whatsapp? (Forbes)

Que/Qual aplicativo é mais seguro: Telegram ou Whatsapp?

EXERCÍCIOS

Traduza as seguintes sentenças.

- a) What is your name?
- b) Which is your name: Lucas or Michael?
- c) Where is Brazil? It is in South America.
- d) Who can speak English well in your family?
- e) When is your wedding anniversary?
- f) How much is a Mercedes?
- g) How many people study English with Ena and Roberto?
- h) Why do you study English? Because I love languages.

- i) What kind of car do you prefer: big cars or small cars?
- j) How long do you intend to study English today?

GABARITO:

- a) Qual o seu nome?
- b) Qual o seu nome: Lucas ou Michael?
- c) Onde fica o Brasil? Fica na América do Sul.
- d) Quem fala inglês bem na sua família?
- e) Quando é seu aniversário de casamento?
- f) Quanto é uma Mercedes?
- g) Quantas pessoas estudam inglês com a Ena e o Roberto?
- h) Por que você estuda inglês? Porque eu amo idiomas.
- i) Que tipo de carro você prefere: carros grandes ou carros pequenos?
- j) Quanto tempo você pretende estudar inglês hoje?

4.6. PRONOMES RELATIVOS

Os pronomes relativos introduzem orações relativas, que são um tipo de oração dependente. As orações relativas modificam uma palavra, frase, ou ideia da oração principal. A palavra, frase ou ideia modificada é chamada de antecedente. Os principais pronomes relativos são *that*, *who*, *whom*, *whose* e *which*. O *who* é usado apenas para se referir a pessoas. O *whose* é usado para expressar posse. O *which* é usado apenas para coisas, situações, objetos e animais e o *that* pode ser usado para ambos: pessoas e coisas. O *whom* é mais formal que o *who* e este mais formal que o *that*.

The car that Jairus bought is expensive.

O carro que o Jairo comprou é caro.

The salesman who/that helped me gave me good advice.

O vendedor que me ajudou me deu boa orientação.

Se depois do **who** vier um pronome, ele pode ser substituído pelo **whom**, **that** ou nada.

Jarius is the man **who/whom/that** we met last week.

Jairo é o homem **que/o qual** conhecemos semana passada.

Jarius is the man we met last week.

Jairo é o homem **que** conhecemos semana passada.

We have done so at the request of the author, a senior official in the Trump administration whose identity is known to us and whose job would be jeopardized by its disclosure. (nytimes.com)

Fizemos isso a pedido do autor, um alto funcionário da administração Trump cuja identidade é conhecida por nós e cujo trabalho seria comprometido por sua divulgação.

The painting, which he admired, was sold.

O quadro, **que/o qual** ele admirou, foi vendido.

Depois de preposições só se usa **whom** e nesse caso ele não pode ser substituído pelo **that**.

He visited the local people, most of whom were illiterate.

Ele visitou as pessoas na localidade, a maioria das quais eram analfabetas.

EXERCÍCIOS

Traduza as seguintes frases.

- a) The tool **that** I bought was broken.
- b) The woman **who** killed my neighbor was arrested yesterday.
- c) The problem **that** you solved, helped the company develop the project in Argentina.
- d) A person **who** collects taxes is called a tax collector.

- e) My mother, who is 61 years old, works as a pediatrician.
- f) The email, which I sent her, was about the new investments in the plant in Argentina.
- g) In my point of view, the computer that you bought is not suitable.
- h) Paul is the boy who was fired last week.
- i) My blue bike, which is nearly ten years old, still runs well.

GABARITO:

- a) A ferramenta que eu comprei estava quebrada.
- b) A mulher que matou meu vizinho foi presa ontem.
- c) O problema que você resolveu ajudou a empresa a desenvolver o projeto na Argentina.
- d) Uma pessoa que cobra impostos é chamada de cobrador de impostos.
- e) Minha mãe, que tem 61 anos de idade, trabalha com pediatria.
- f) O email que eu enviei a ela era sobre os novos investimentos na planta/fábrica na Argentina.
- g) Em meu ponto de vista, o computador que você comprou não é adequado.
- h) Paul é o garoto que foi demitido semana passada.
- i) Minha bicicleta azul, que tem quase dez anos, ainda funciona bem.

4.7. PRONOMES INDEFINIDOS

Os Pronomes Indefinidos (**Indefinite Pronouns**) podem ser substantivos quando os substituem, ou adjetivos, quando qualificam os substantivos. Veja no quadro abaixo os **Pronomes Indefinidos** existentes na Língua Inglesa:

4.7.1. Pronomes Indefinidos Pessoais:

somebody – someone	alguém
everyone - everybody	todos, todo o mundo

anyone - anybody	alguém, qualquer pessoa
no one – none - nobody	ninguém, nenhum (a)

Somebody/someone refuses to permit ANVISA investigators access to records.

Alguém se recusa a permitir que os investigadores da ANVISA tenham acesso aos registros.

Everybody/everyone is in the bank.

Todos estão no banco.

4.7.2. Pronomes Indefinidos Impessoais:



anything	qualquer coisa, nada, tudo
everything	tudo
nothing - none	nada, nenhum (a)
something	alguma coisa, algo

Swipe a card at this ATM, and you get **something** more valuable than cash.
(www.takepart.com)

Passe um cartão nesse caixa eletrônico, e você terá **algo** mais valioso que dinheiro.

They do **anything** to keep lower their prices.

Eles fazem **tudo / qualquer coisa** para manter os preços deles baixos.

Em geral:

somewhere	Em algum lugar
somehow	De alguma maneira, jeito

As a Food Technologist for the past 20 years, I could work **somewhere** regarding Food Health and Safety.

Como um tecnólogo do alimento durante os últimos 20 anos, eu poderia trabalhar em **algum lugar** relacionado a Saúde e Segurança Alimentar.

Somehow, I will visit you.

De alguma maneira, eu vou visitar você.

Substantivos em massa:



some	algum(s)(a), algo, um (s)(a), um pouco de
any	algum(s)(a), nenhum(s)(a), qualquer
all	todos
none	nenhum(a)

Indefinidos em massa - Expressam algo em grande quantidade ou que não têm plural.

Some e Any: São usados quando não se pode ou não se precisa especificar a quantidade exata de algo.

Some e seus compostos são usados em frases afirmativas. Some também pode ser usado em frases interrogativas quando se trata de um oferecimento ou pedido ou quando se espera uma resposta positiva.

We expected some rain this weekend again and really it's been raining since early morning.

Esperávamos um pouco de chuva neste fim de semana de novo e realmente tem chovido desde cedo da manhã.

SmartBooks will run some variant of an ARM processor, with Qualcomm being a heavy favorite. (TCE/SP- FCC)

Os Smartbooks vão executar alguma variante do processador ARM, com o Qualcomm sendo um forte favorito.

Do you need some help?

Você precisa de alguma ajuda?

ANY é usado: 1. Em frases negativas significa "nenhum(a)". 2. Em afirmativas significa "qualquer". 3. Em interrogativas na sua maioria

Negativas: Quando na frase já existe um auxiliar negativo (DON'T, DOESN'T, DIDN'T) ou com o verbo To Be: AM NOT, ISN'T ou AREN'T

There aren't any mistakes.

Não há nenhum erro.

I do not have any doubt.

Não tenho nenhuma dúvida.

Afirmativas: Nas frases afirmativas, o **ANY** é usado quando:

- a) aparecer após a palavra *if*;
- b) significar qualquer;

c) houver palavra de sentido negativo na frase como *seldom* (raramente), *never* (nunca), *rarely* (raramente), *without* (sem), etc.

The New York Times has won 108 Pulitzer Prizes, more than any other news organization.

A New York Times ganhou 108 prêmios Pulitzer, mais do que qualquer outra organização de notícias.

Pests are any plant or animal whose activities interfere with human health, convenience, comfort, or profits.

Pragas são qualquer planta ou animal cujas atividades interferem na saúde humana, comodidade, conforto, ou lucros.

Are there any tellers working now?

Há (alguns) caixas de banco trabalhando agora?

EXERCÍCIOS

Traduza as seguintes sentenças. A tradução será a mesma para as duas, ou seja, em inglês é possível, nestes casos, dizer a mesma coisa de duas formas diferentes, é só não colocar duas negativas na mesma oração.

a) He has no money in his pocket.

He doesn't have any money in his pocket.

b) She talks to nobody at work.

She doesn't talk to anybody at work.

c) There is nothing in the box.

There isn't anything in the box.

d) She's going nowhere today.

She isn't going anywhere today.

e) I have no business in Europe.

I don't have any business in Europe.

f) They are reading nothing.

They aren't reading anything.

g) The teacher will repeat no word.

The teacher won't repeat any word.

h) He wouldn't see anybody at the convention.

He would see nobody at the convention.

Gabarito:

a) Não tenho (nenhum) dinheiro no meu bolso.

b) Ela não conversa com ninguém no trabalho.

c) Não há nada na caixa.

d) Ela não vai a lugar nenhum hoje.

e) Não tenho (nenhum) negócio na Europa.

f) Eles (as) não estão lendo nada.

g) O professor não repetirá nenhuma palavra.

h) Ele não veria ninguém na convenção.

i) A (o) secretária (o) não sabe falar nenhum idioma estrangeiro.

PREPOSIÇÕES

A Preposição (**Preposition**) é a palavra que mostra o relacionamento entre um substantivo ou pronome e outras palavras em uma sentença. Vamos começar esclarecendo com uma dúvida que permeia as mentes de muitos de vocês sobre o uso do **TO** e do **FOR**, que são preposições que causam confusão, vou dar algumas dicas que vocês devem ficar atentos ao uso deles. Quando usar um ou outro.

5.1. PREPOSIÇÕES FOR e TO

FOR:

1. Para indicar finalidade:

What is this box for?

Para que serve essa caixa?

2. Objetivo de uma ação quando for seguido de um substantivo:

He came over for dinner. (FOR + substantivo)

Ele veio aqui para jantar.

3. Tempo:

I have studied English for five hours.

Eu tenho estudado Inglês por cinco horas.

4. Favor ou benefício:

He fixed dinner for me.

Ele preparou o jantar para mim.

TO:

1. Para indicar transferência de alguém.

They are going home. (transferência do corpo de um lugar a outro)

Eles (as) estão indo para casa.

2. Transferência de algo.

She gave the book to me. (o livro é trocado da mão dela para minha mão)

Ela me deu o livro. (Ela deu o livro para mim).

3. Troca de algo.

He is going to talk to you. (troca de informações)

Ele está indo falar com você.

4. Objetivo de uma ação quando for seguido de um verbo:

He came over to have dinner. (TO + verbo)

Ele veio aqui para jantar.

Agora compare os dois juntos:

I sent a letter to him. (eu enviei uma carta para ele, é de mim para ele, troca da minha mão para a dele)

Eu enviei uma carta para ele.

I sent a letter for him. (ele escreveu uma carta para alguém mas não pode ir no correio enviá-la, então eu fui e enviei a carta para ele = benefício)

Eu enviei uma carta para ele.

Quanto às outras preposições, para que fique mais esclarecido para você, eu as separei em três grupos:

- a) Lugar
- b) Movimento
- c) Variações

Veja nos quadros abaixo as principais preposições:



5.2. PREPOSIÇÕES DE LUGAR

at the back - atrás (no fundo)	in - dentro
at the front - à frente	at - em, no, a
above - acima	on - em cima
across - através de	behind - atrás
in front of - em frente de	below/beneath - abaixo de, debaixo de
in the middle of - no meio de	beside - ao lado de, junto de, ao pé de
next to - junto a	between - no meio de (entre dois)
amid - entre (se fazer parte de um grupo)	out - fora
among - entre os (fazendo parte de um grupo)	by - perto de, junto a, ao lado de, ao pé de
around - ao redor	over - sobre, em cima de, por cima de
down - abaixo	inside - dentro de
away from - longe de	into - dentro

for - para	near - perto
off - fora	outside - do lado de fora
under - em baixo de	up - acima
on the left - à esquerda	on the right - à direita
underneath - debaixo de, por baixo de, sob	within - dentro de



5.3. PREPOSIÇÕES DE MOVIMENTO

across	através de, de través
along	ao longo de
around	em volta
away from	para longe de
down	para baixo
from	de (origem)
in	para dentro
into	para dentro de
off	afastamento
onto	para cima de
out of	para fora de
over	por cima de
past	em frente, junto

round	em volta de
through	através de
towards	em direção a
up	para cima
to	para

ESCLARECENDO!



Variações: O que chamei de “variações” refere-se ao modo variado como usamos o ON, AT e IN nas preposições de lugares, pois isto implica em como vemos os objetos quanto à altura, largura, profundidade, área; quando se refere a um tempo específico, a movimento, etc. Observe os exemplos abaixo:

I am new in this city.

Eu sou novo nesta cidade.

Since its creation in 1930, the Bank for International Settlements (BIS) acts as a cooperation agent for the central banks. (www.bcb.gov.br)

Desde a sua criação em 1930, o Banco de Compensações Internacionais (BIS) atua como um agente de cooperação para os Bancos Centrais.

The Copom unanimously decided, at this moment, to maintain the Selic rate at 11.00 percent, without bias. (www.bcb.gov.br)

o Copom decidiu, por unanimidade, neste momento, manter a taxa Selic em 11 por cento, sem viés.

What time are you leaving for São Paulo? ~~ I will leave at 3 p.m.

Que horas você parte para São Paulo?~~ Eu vou partir às 3 horas da tarde.

Do you have free time on Sundays?

Você tem tempo livre nos Domingos?

Observe no último exemplo acima que *at* é usado ao falarmos de tempo, na resposta. Usa-se também o *at* nas expressões:

- a) *at the weekend* (no final de semana)
- b) *at Christmas* (no natal)
- c) *at Easter* (na Páscoa)
- d) *at night* (à noite).

O uso do *at night* acontece quando refere-se a uma noite qualquer e *in the night* refere-se a uma noite específica, observe a diferença nos exemplos abaixo:

I usually watch movies at night.

Eu usualmente assisto filmes à noite.

I watched a movie in the night that you traveled to Recife.

Eu assisti um filme na noite em que você viajou para Recife.

Observe a seguir o uso do *at* quando se refere a um lugar específico:

He is an environment adviser at the Brazilian office of the Inter-American Development Bank (IDB).

Ele é um consultor ambiental na filial brasileira do Banco de Desenvolvimento Interamericano (BID).

He failed to stop at the traffic lights and went through the light on red.

Ele não conseguiu parar no semáforo e atravessou a luz vermelha.

I was waiting for at least half an hour at the station, but no train came.

Eu estava esperando por pelo menos meia hora na estação, mas nenhum trem veio.

Veja a seguir exemplos com as preposições lugar e movimento:

Several local volunteer associations have created "time banks" that exchange services among people.

Várias associações voluntárias criaram "bancos de tempo", que trocam serviços entre as pessoas.

This credit card was issued by a bank.

Esse cartão de crédito foi emitido por um banco.

This independent bank holds monetary sovereignty over the participating governments.

Esse banco independente é soberano em questões financeiras sobre os governos participantes.

Para tempos como Sábado de manhã (Saturday morning) ou Domingo à tarde (Sunday evening), nós usamos on para referir-se a partes do dia:

You can't borrow my car on Saturday afternoon.

Você não pode pegar emprestado meu carro no Sábado à tarde.

We are arriving in New York City on the 15th of November.

Nós chegaremos em Nova Iorque em 15 de Novembro.

Para falar de séculos, estações, meses, semanas e para frases de tempo, usamos in :

We are arriving in New York in the spring.

Nós chegaremos em Nova Iorque na Primavera.

Brazil first won the World Cup in 1958 and then again in 1962, but in 1966 it was England's turn.

O Brasil ganhou primeiro a Copa do Mundo em 1958 e então novamente em 1962, mas em 1966 foi a vez da Inglaterra.

Observe as duas expressões **in time** (antes do tempo determinado) e **on time** (exatamente no tempo determinado), veja a diferença nos exemplos a seguir:

The 4.30 train is always on time, but yesterday it was late.

O trem das 4.30 está sempre no horário, mas ontem chegou tarde.

Our friends couldn't arrive in time for the beginning of the concert.

Nossos amigos não puderam chegar a tempo para o início do concerto.



RESUMO

- A maioria das frases em Inglês são formadas assim: **Sujeito + Verbo + Complemento**
- Em perguntas com determinados verbos, inverte-se as posições do verbo e sujeito.
- Essa inversão também acontece quando há forma negativa de alguns verbos, substantivos acompanhados de adjetivos e caso genitivo ('s).
- Quando um **substantivo** é incontável ele não vai para o plural. Ex: *wine*.
- Alguns substantivos não tem flexão de gênero. Ex: *lawyer* (advogado/a).
- O adjetivo vem antes do substantivo.
- Todos os quadros de **Pronomes** do conteúdo da aula são importantes.
- Revise o uso da palavra **ANY**.

AULA 01

SUMÁRIO RESUMIDO	PÁGINA
Texto 1, Questões Comentadas e Tradução	02
Texto 2, Questões Comentadas e Tradução	26
Texto 3, Questões Comentadas e Tradução	51
Resumo da Aula	62
Vocabulários	62
Lista de Questões Apresentadas	65
Gabaritos	78



Dica: Procure conferir o gabarito somente depois de resolver as questões, pois assim será mais proveitoso. Vá então agora para a Lista de Questões no final da aula e comece por lá. Sucesso!

TEXTO 1

Analista de Sistemas – BNDES - CESGRANRIO

The importance of discovering your plan B

By John W. Mullins and Randy Komisar

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had stuck to their original business plans, we'd likely never have heard of them. Instead, they made radical changes to their initial models, became household

5 names, and delivered huge returns for their founders and investors. How did they get from their Plan A to a business model that worked? Why did they succeed when most new ventures crash and burn?

Every aspiring entrepreneur, whether they desire to start a new company or create something new within an existing company, has a Plan A — and virtually all of these individuals believe that their Plan A will work. They can probably even imagine how they'll look on the cover of

15 *Fortune* or *Inc.* magazine. Unfortunately, they are usually wrong. But what separates the ultimate successes from the rest is what they do when their first plan fails to catch on. Do they lick their wounds, get back on their feet, and morph their newly found insights into great businesses or

20 do they doggedly stick to their original plan?

Let's face an uncomfortable fact: the typical startup process, largely driven by poorly conceived business plans based on untested assumptions, is seriously flawed. Most new ventures, even those with

25 venture capital backing, share one common characteristic. They fail. But there is a better way to launch new ideas — without wasting years of your time and loads of investors' money. This better way is about discovering a business model that really works: a Plan B, like those of Google and Starbucks, which grows out of the original idea, builds on it, and once it's in place, enables the business to grow rapidly and prosper.

35 Most of the time, breaking through to a better business model takes time. And it takes error, too — error from which you learn. For Max Levchin, who wanted to build a business based on his cryptography expertise, Plans A through F didn't work, but Plan G turned out to be the ubiquitous PayPal we know today.

Getting to Plan B in Your Business

How can you break through to a business model that will work for your business? First, you'll need an idea to pursue. The best ideas resolve somebody's pain, some customer problem you've identified for which you

45 have a solution that might work. Alternatively, some good ideas take something in customers' lives that's pretty boring and create something so superior it provides true customer delight, as was the case for the Walkman and the iPod.

50 Next, you'll need to identify some analogs, portions of which you can borrow or adapt to help you understand the economics and various other facets of your proposed business and its business model. And you'll need antilogs, too. As we have seen from the Apple story, analogs and antilogs don't have to only be from your own industry, though. Sometimes the most valuable insights come from rather unusual sources.

Having identified both analogs and antilogs, you can quickly reach conclusions about some things that are, with at least a modicum of certainty, known about your venture. But it is not what you know that will likely scupper your Plan A, of course. It's what you don't **65**know. The questions you cannot answer from historical precedent lead to your leaps of faith — beliefs you hold about the answers to your questions despite having no real evidence that these beliefs are actually true.

To address your leaps of faith, you'll have to leap! Identify your key leaps of faith and then test your hypothesis. That may mean opening a smaller shop than you aspire to operate, just to see how customers respond. It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop. By identifying your leaps of

75 faith early and devising ways to test hypotheses that will prove or refute them, you are in a position to learn whether or not your Plan A will work before you waste too much time and money.

The European Business Review

Available at: <http://www.europeanbusinessreview.com/>

Comentários:

11 According to the authors,

(A) businesses only prosper if they strictly adopt their Plan A.

(B) most famous companies fail because their leaders never stick to their original plan.

(C) it is necessary to be faithful to the first business plan and wait for customers to respond.

(D) some currently successful companies had to give up their initial plans for alternative business models.

(E) companies always fail when they decide to adopt their Plan B as a shortcut to their original business strategy.

11 According to the authors,

11 De acordo com os autores,

Opção A: businesses only prosper if they strictly adopt their Plan A = Os negócios apenas prosperam se eles estritamente adotarem o Plano A. e Opção C: it is necessary to be faithful to the first business plan and wait for customers to respond = É necessário ser leal ao seu primeiro plano empresarial e esperar pela reação dos clientes.

Ambas opções dizem praticamente a mesma coisa, mas refletem o oposto do que diz o texto, pois este menciona que os bem sucedidos geralmente são os que não se acomodam no Plano A. Opções erradas.

Opção B: most famous companies fail because their leaders never stick to their original plan = As empresas mais famosas fracassam por que os seus líderes nunca permanecem com seus planos originais.

Pelo contrário, elas não fracassam por que não ficam travadas em seus planos originais. Opção errada.

Opção D: some currently successful companies had to give up their initial plans for alternative business models = algumas empresas bem-sucedidas atualmente tiveram que desistir de seus planos iniciais para modelos de negócios alternativos.

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had stuck to their original business plans, we'd likely never have heard of them. Instead, they made radical changes to their initial models, became household names, and delivered huge returns for their founders and investors.

Se os fundadores do Google, Starbucks, ou PayPal tivessem estancado em seus planos de negócio originais, nós provavelmente nunca ouviríamos falar deles. Em vez disso, eles fizeram mudanças radicais nos seus modelos iniciais, tornaram-se nomes familiares, e deram grandes retornos para os seus fundadores e investidores.

Exatamente, o parágrafo acima cita algumas empresas bem sucedidas atualmente que não se apegaram ao seu plano inicial, mas mudaram para modelos alternativos. Esta é a opção correta.

Bizu: Para saber a ideia principal do texto, leia as duas primeiras frases, pois geralmente a ideia principal está no início do primeiro parágrafo.

Opção E: companies always fail when they decide to adopt their Plan B as a shortcut to their original business strategy = As empresas sempre fracassam quando elas decidem adotar o seu Plano B como um atalho para a estratégia original do seu negócio.

Pelo contrário, elas geralmente alcançam o sucesso quando não são leais ao Plano A. Opção errada.

GABARITO: D

Dica: Numa questão como essa acima, JAMAIS resolva primeiro, a banca põe logo como a primeira de propósito. Mas a estratégia é: deixe pra resolvê-la por último pois ela exige que você tenha uma visão geral do texto, e você NÃO vai ler o texto pois perderá tempo precioso! Deixando para o final, as outras opções já te darão uma luz, e a resposta ficará bem clara para você. Se ainda estiver em dúvida, aplique o bizu que passei na opção D.

12 Google, Starbucks and PayPal are mentioned in paragraph 1 (lines 1-8) since they

(A) are the only well-known companies in America nowadays.

(B) represent companies which have never delivered high returns to the investors.

- (C) are examples of companies which made significant alterations to their original business plans.
- (D) illustrate the kind of businesses that remained loyal to their original plans and fought for results.
- (E) have founders who have been on the cover of *Fortune* magazine and are the world's richest men.

12 Google, Starbucks and PayPal are mentioned in paragraph 1 (lines 1-8) since they

12 Google, Starbucks e PayPal são mencionados no parágrafo 1 (linhas 1-8) por que eles

Opção **A**: are the only well-known companies in America nowadays = **são as únicas empresas bem conhecidas nos Estados Unidos hoje em dia.**

Numa questão como essa, você nem precisa ir ao texto, use uma das técnicas de interpretação que é: conhecimento de mundo, o candidato precisa ler e está atualizado, sabemos que não existem apenas três empresas que são bem conhecidas nos Estados Unidos. Errada.

Opção **B**: represent companies which have never delivered high returns to the investors = **representam empresas que nunca deram altos retornos aos investidores.**

A alternativa traz informação oposta ao texto, pois este menciona que as empresas deram sim *huge* = *high* (altos, grandes) retornos aos seus investidores. Errada.

Opção **C**: are examples of companies which made significant alterations to their original business plans = **são exemplos de empresas que fizeram mudanças significantes nos seus planos de negócios originais.**

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had stuck to their original business plans, we'd likely never have heard of them. Instead, **they made radical changes to their initial models**, became household names, and delivered huge returns for their founders and investors.

Se os fundadores do Google, Starbucks, ou PayPal tivessem estancado em seus planos de negócio originais, nós provavelmente nunca ouviríamos falar deles. Em vez disso, eles fizeram mudanças radicais nos seus modelos iniciais, tornaram-se nomes familiares, e deram grandes retornos para os seus fundadores e investidores.

significant = **significante, importante** = **radical** = **radical, mudança drástica, extremo**

alteration = alteração, mudança = **change** = troca, mudança

original = original, novo = **initial** = inicial, primeiro

business plan = plano de negócios = **model** = modelo, plano

Observe que a alternativa usa sinônimos de palavras para expressar a mesma informação textual. Esta é a opção correta.

Opção **D**: illustrate the kind of businesses that remained loyal to their original plans and fought for results = **Ilustram o tipo de empresas que se mantém fiéis aos seus planos originais e lutam por resultados.**

Essa alternativa traz uma informação que é totalmente oposta ao texto, pois eles não se mantiveram leais ao plano original, mas fizeram mudanças radicais. Errada.

Opção **E**: have founders who have been on the cover of *Fortune* magazine and are the world's richest men = **têm fundadores que estiveram na capa da revista Fortune e são os homens mais ricos do mundo.**

Preste atenção que o enunciado pergunta por que elas são mencionadas no parágrafo 1, nesse parágrafo nem mesmo são mencionados seus fundadores, errada.

GABARITO: C

13 Mulins and Komisar, in paragraph 3 (lines 21-33), state that the typical business startup process is usually unsuccessful because it

(A) does not invest rich sums or waste years on precise planning to design an elaborate business model.

(B) shares common characteristics with traditional businesses that have survived crises.

(C) expects the business to grow rapidly and prosper faster than all other companies in the market.

(D) rejects venture capital funding and does not expect immediate returns.

(E) is based on inadequately designed business plans and on market hypothesis that are not previously tested.

13 Mulins and Komisar, in paragraph 3 (lines 21-33), state that the typical business startup process is usually unsuccessful because it

13 Mulins e Komisar, no parágrafo 3 (linhas 21-33), afirmam que o processo de negócio típico de inicialização é geralmente mal sucedido, porque

Opção A: does not invest rich sums or waste years on precise planning to design an elaborate business model = não investe altas somas ou desperdiça anos de planejamento preciso para projetar um modelo de negócio elaborado.

But there is a better way to launch new ideas — without wasting years of your time and loads of investors' money.

Mas há uma melhor maneira de lançar novas ideias – sem perder anos do seu tempo e um monte de dinheiro dos investidores.

A informação da alternativa é oposta a o texto, observe que segundo o texto, é gasto muito dinheiro e tempo. Errada.

Opção B: shares common characteristics with traditional businesses that have survived crises = dividem características comuns com empresas tradicionais que sobreviveram crises.

Segundo o texto, eles dividem característica comum com aquelas empresas que falham, não que sobreviveram crises. Errada.

Opção C: expects the business to grow rapidly and prosper faster than all other companies in the market = espera o negócio crescer rapidamente e prosperar mais rápido do que todas as outras empresas do mercado.

This better way is about discovering a business model that really works: a Plan B, like those of Google and Starbucks, which grows out of the original idea, builds on it, and once it's in place, enables the business to grow rapidly and prosper.

A melhor forma é descobrir um modelo de negócio que realmente trabalha: o Plano B, como aqueles do Google e Starbucks, que crescem da ideia original, constroem-se nele, e uma vez que está no lugar, permite a empresa crescer rapidamente e prosperar.

O texto diz que o Plano B seria o correto, no entanto não é assim que aqueles que fracassam o fazem. Errada.

Opção D: rejects venture capital funding and does not expect immediate returns = **rejeita o financiamento de capital de risco e não espera retorno imediato.**

Most new ventures, even those with venture capital backing, share one common characteristic. They fail.

A maioria dos novos empreendimentos, mesmo aqueles com capital de risco, dividem uma característica comum. Eles falham.

Ora se mesmo usando novos investimentos e arriscando eles falham, então não é por rejeitar este risco que o negocio é mal sucedido. Errada.

Opção E: is based on inadequately designed business plans and on market hypothesis that are not previously tested = **baseia-se em planos de negócios inadequadamente concebidos e em hipótese do mercado, que não são previamente testados.**

Let's face an uncomfortable fact: the typical startup process, largely driven by poorly conceived business plans based on untested assumptions, is seriously flawed.

Vamos encarar um fato incômodo: o processo típico de inicialização, em grande parte impulsionado pelos planos de negócios mal concebidos com base em suposições não testadas, está seriamente errado.

inadequately = inadequadamente, insuficientemente = poorly = pobremente, de modo escasso, não suficiente

designed = desenhado, projetado, planejado = conceived = concebido, formado, imaginado

hypothesis = hipótese = assumption = suposição, hipótese, aceitação

not previously tested = não previamente testado = untested = não testado

A alternativa apegar-se à informação textual, usando sinônimos de palavras, esta é a correta.

GABARITO: E

14 Max Levchin, mentioned in paragraph 4 (lines 34-39), can be considered a (an)

- (A) persistent businessman who fought for success.
- (B) careless worker who didn't take time to build a business model.
- (C) foolish entrepreneur who insisted on opening his own company.
- (D) expert in cryptography who failed as a businessman.
- (E) impatient investor who did not believe PayPal would prosper.

14 Max Levchin, mentioned in paragraph 4 (lines 34-39), can be considered a (an)

14 Max Levchin, mencionado no parágrafo 4 (linhas 34-39), pode ser considerado um

Opção A: persistent businessman who fought for success = Um empresário persistente que lutou pelo sucesso.

Most of the time, breaking through to a better business model takes time. And it takes error, too — error from which you learn. For Max Levchin, who wanted to build a business based on his cryptography expertise, Plans A through F didn't work, **but Plan G** turned out to be the ubiquitous PayPal we know today.

Na maioria das vezes, da quebra até um melhor modelo de negócio leva tempo. E leva erro, também - erro do qual você aprende. Para Max Levchin, que queria construir um negócio baseado em sua experiência de criptografia, os planos de A a F não funcionaram, mas o plano G acabou por ser o PayPal onipresente que conhecemos hoje.

Observe que ele tentou os planos de A a F, não teve sucesso, ao tentar o Plano G, ele foi bem sucedido, isto chama-se perseverança, esta é a alternativa correta.

Opção B: careless worker who didn't take time to build a business model = trabalhador negligente que não tinha tempo para construir um modelo de negócio.

Ele não era negligente e dedicou seu tempo na formação de sete planos de A a G. Opção errada.

Opção C: foolish entrepreneur who insisted on opening his own company = empresário insensato que insistiu em abrir sua própria empresa.

foolish = tolo, bobo, insensato, estúpido, idiota

O adjetivo que a alternativa emprega para descrever Max Levchin é inadequado, se ele fosse tolo não teria chegado ao tremendo sucesso em que chegou com sua invenção PayPal. Errada.

Opção D: expert in cryptography who failed as a businessman = **especialista em criptografia que fracassou como empresário.**

Depois de algumas tentativas, ele atingiu o sucesso, portanto não é correto dizer que fracassou como empresário. Errada.

Opção E: impatient investor who did not believe PayPal would prosper = **investidor impaciente que não acreditava que o PayPal iria prosperar.**

Ele foi o criador, e acreditou sim, tanto é que perseverou até que o PayPal tornou-se um sucesso. Errada.

GABARITO: A

15 The term in parentheses expresses the idea introduced by the term in **bold** in

(A) "**Instead**, they made radical changes to their initial models," – lines 3-4 (replacement).

(B) "**Unfortunately**, they are usually wrong." – line 15 (reason).

(C) "**Alternatively**, some good ideas take something in customers' lives that's pretty boring..." – lines 45-47 (cause).

(D) "**Next**, you'll need to identify some analogs," – line 50 (exemplification).

(E) "beliefs you hold about the answers to your questions **despite** having no real evidence..." – lines 64-66 (consequence).

15 The term in parentheses expresses the idea introduced by the term in **bold** in

15 O termo em parêntese expressa a ideia introduzida pelo termo em **negrito em**

Opção A: “**Instead**, they made radical changes to their initial models,” – lines 3-4 (replacement) = “**Em vez disso**, eles fizeram mudanças radicais aos seus modelos iniciais,” - linhas 3-4 (substituição).

instead = ao invés disso, em vez disso

instead of = em lugar de, em vez de

O advérbio **instead** é usado como um substituto ou substituição; no local ou lugar de alguém ou de alguma coisa; de preferência, como uma alternativa preferida ou reconhecidos. Esta é a opção correta.

Opção B: “**Unfortunately**, they are usually wrong.” – line 15 (reason) = “**Infelizmente**, nós estamos geralmente errados.” – linha 15 (razão)

Unfortunately = infelizmente, lamentavelmente, desastrosamente

O advérbio não expressa razão, mas sim lamento. Opção errada.

Opção C: “**Alternatively**, some good ideas take something in customers’ lives that’s pretty boring...” – lines 45-47 (cause) = “**Como alternativa**, algumas boas ideias tomam algo na vida dos clientes que é muito chato ...” - linhas 45-47 (causa).

Alternatively = alternativamente, como alternativa, como opção, outra possibilidade é, além disso, se preferir, também;

O advérbio é usado para expressar adição ou complemento de algo e não causa. Opção errada.

Opção D: “**Next**, you’ll need to identify some analogs,” – line 50 (exemplification) = “**Em seguida**, você precisa identificar alguns análogos,” - linha 50 (exemplificação).

Next = em seguida, próximo, logo

Indica algo imediatamente a seguir, em tempo, a importância, a ordem, etc. Não indica exemplo de nada. Opção errada.

Opção E: "beliefs you hold about the answers to your questions **despite** having no real evidence..." – lines 64-66 (consequence) = "crenças que você têm sobre as respostas para as suas perguntas, **apesar** de não ter nenhuma evidência real ..." - linhas 64-66 (consequência).

Despite = apesar de

O conectivo expressa concessão e não consequência. Opção errada.

GABARITO: A

16 In the fragments "...their first plan fails to catch on." (line 17) and "How can you break through to a business model..." (line 41), the expressions "catch on" and "break through to" mean, respectively,

(A) arrange; find.

(B) work; discover.

(C) capture; give in.

(D) pick up; destroy.

(E) triumph; deteriorate.

16 In the fragments "...their first plan fails to catch on." (line 17) and "How can you break through to a business model..." (line 41), the expressions "catch on" and "break through to" mean, respectively,

16 Nos fragmentos "... seu primeiro plano fracassa em se tornar popular." (linha 17) e "Como você pode romper com um modelo de negócio ..." (linha 41), as expressões "tornar popular" e "desvendar" significam , respectivamente,

Opção A: arrange; find = **arranjar; encontrar**

arrange = **arranjar, organizar, arrumar, providenciar;**

find = **encontrar, achar, descobrir** = break through = **desvendar, abrir caminho, forçar a passagem, romper, avançar;**

Apenas o segundo verbo corresponde ao mesmo significado, portanto opção errada.

Opção B: work; discover = **funcionar; descobrir**

How can you break through to a business model that will work for your business? First, you'll need an idea to pursue.

Como você pode desvendar um modelo empresarial que irá funcionar para o seu negócio? Primeiro, você precisa de uma ideia para prosseguir.

Unfortunately, they are usually wrong. But what separates the ultimate successes from the rest is what they do when their first plan fails to catch on.

Infelizmente, eles geralmente estão errados. Mas o que separa os sucessos finais do resto é o que fazer quando o seu primeiro plano fracassa em se tornar popular.

catch on = **tornar popular, "pegar" no sentido de fazer sucesso ou ter popularidade = work = funcionar, surgir efeito, produzir resultado;**

break through = **desvendar, abrir caminho, forçar a passagem, romper, avançar = discover = descobrir, inventar, originar, criar algo novo;**

Os verbos frasais mencionados no enunciado tem o mesmo significado respectivamente dos verbos desta alternativa, esta é a correta.

Opção C: capture; give in = **capturar, render-se**

capture = **capturar, prender, fotografar**

give in = **render-se, capitular, ceder, conceder a derrota**

Observe que os verbos na alternativa são opostos entre si, mas nada tem a ver os seus significados com aqueles do enunciado. Errada.

Opção D: pick up; destroy = **apanhar, destruir.**

pick up = **pegar algo ou alguém, apanhar, ir embora de repente**

destroy = **destruir, demolir, arruinar**

O segundo verbo da alternativa é totalmente o oposto daquele do enunciado: destruir e criar.
Opção errada.

Opção E: triumph; deteriorate = **triunfar, deteriorar**.

triumph = **triunfar, vencer, regozijar com sucesso**

deteriorate = **deteriorar, piorar, decair**

Apenas o primeiro verbo triunfar corresponde ao significado daquele do texto ter sucesso.
Opção errada.

GABARITO: B

Booster Vocabulary – Cuidado com a semelhança!

catch on	tornar-se popular, triunfar
catch up on	colocar em dia, recuperar
pack in up	desistir, terminar uma atividade
pick up	apanhar, pegar, buscar alguém

17 The expression "...leaps of faith" (line 64) refers to

(A) a religious conviction that the business project is definitely going to prosper.

(B) confidence on the various concrete evidences that your business model will surely be successful.

(C) everything you do not know about the returns of your investment and should not worry about.

(D) knowledge about historical precedents that are applicable to your company's current situation.

(E) assumptions about the aspects of the business you propose that are carefully thought of but not tested.

17 The expression "...leaps of faith" (line 64) refers to

17 A expressão "...atos de fé" (linha 64) refere-se a

Opção A: a religious conviction that the business project is definitely going to prosper = uma convicção religiosa de que o projeto empresarial está definitivamente prosperando.

Apesar de usar a palavra **fé**, a expressão nada tem a ver com convicção religiosa. Errada.

Opção B: confidence on the various concrete evidences that your business model will surely be successful = a confiança nas várias evidências concretas de que o seu modelo de negócio certamente será bem sucedido.

leap of faith = ato ou afirmação de fé; um tiro no escuro, voto de confiança. O ato ou uma instância de crer ou confiar em algo intangível ou incapaz de ser provado.

A alternativa expressa o oposto do significado da expressão, pois não se trata de evidências concretas, mas sim de suposições que não foram testadas. Errada.

Opção C: everything you do not know about the returns of your investment and should not worry about = tudo o que você não sabe sobre o retorno de seu investimento e não deve se preocupar.

O autor não diz que a pessoa não deve se preocupar, pelo contrário, se ele chama a atenção para o assunto é por que é motivo de preocupação. Opção errada.

Opção D: knowledge about historical precedents that are applicable to your company's current situation = o conhecimento sobre os precedentes históricos que são aplicáveis à situação atual da sua empresa.

The questions **you cannot answer from historical precedent** lead to your **leaps of faith** — beliefs you hold about the answers to your questions despite having no real evidence that these beliefs are actually true.

As perguntas que **você não pode responder a partir de precedente** histórico levam a seus **atos de fé** - crenças que têm sobre as respostas para as suas perguntas, apesar de ter nenhuma evidência real de que essas crenças são realmente verdadeiras.

Observe que a definição da alternativa é equivocada em relação ao texto, pois as perguntas não respondidas a partir de um precedente histórico é que levam aos atos de fé, essa não é a definição da expressão atos de fé, que é o que o enunciado quer saber. Errada.

Opção **E**: assumptions about the aspects of the business you propose that are carefully thought of but not tested = **suposições sobre os aspectos do negócio que você propõe que são cuidadosamente pensados mas não foram testadas.**

The questions you cannot answer from historical precedent lead to your **leaps of faith** — beliefs you hold about the answers to your questions despite having no real evidence that these beliefs are actually true.

As perguntas que **não você pode responder a partir de precedente** histórico levam a seus **atos de fé** - crenças que têm sobre as respostas para as suas perguntas, apesar de ter nenhuma evidência real de que essas crenças são realmente verdadeiras.

leap of faith = **ato ou afirmação de fé; um tiro no escuro, voto de confiança. O ato ou uma instância de crer ou confiar em algo intangível ou incapaz de ser provado.**

O próprio texto já explica a expressão, que é botar fé em algo que você ainda não testou se é real. Esta é a opção correta.

GABARITO: E



18 The word “might” in “... you have a solution that might work.” (lines 44-45) can be replaced without change in meaning by

- (A) must surely.
- (B) will certainly.
- (C) may probably.
- (D) can eventually.
- (E) should definitely.

18 The word "might" in "... you have a solution that might work." (lines 44-45) can be replaced without change in meaning by

18 A palavra "poderá" em "... você tem uma solução que pode funcionar." (linhas 44-45) pode ser substituída sem mudança de sentido por

Opção **A**: must surely = **deve certamente**

must = **deve como possibilidade ou obrigação, precisar, ter de**

O verbo modal *must* seguido do advérbio *surely* expressa certeza, no entanto a informação do texto refere-se a uma possibilidade. Errada.

Opção **B**: will certainly = **vai certamente**

will – **auxiliar que antecede ao verbo para formar o tempo verbal futuro**

Além do trecho do texto não está no futuro (will) também não expressa certeza (certainly). Opção errada.

Opção **C**: may probably = **pode provavelmente**

The best ideas resolve somebody's pain, some customer problem you've identified for which you have a solution that **may/might** work.

As melhores ideias resolvem a dor de alguém, algum problema de cliente que você identificou para o qual tem uma solução que pode/poderia funcionar.

Geralmente, *may* e *might* indicam possibilidade, e querem dizer o mesmo. O *might* é o passado do *may*, e embora em alguns casos seja mais apropriado usar um ao invés do outro, no texto não faz diferença, tanto faz, pode-se trocar um pelo outro que não altera a compreensão textual, essa é a opção correta.

Opção D: can eventually = **pode finalmente**

can = **pode no sentido de ser hábil para fazer algo ou para indicar possibilidade; usado para pedir permissão ou fazer um pedido;**

Os modais *may* e *can* são freqüentemente, mas nem sempre intercambiáveis em sentidos indicando possibilidade e ambos são regularmente utilizados para pedir concessão ou permissão, sendo que o *may* se usa de modo formal e o *can* na linguagem coloquial. No texto, eles não podem ser substituídos um pelo outro, observe também o advérbio *eventually* que indica algo que acontece posteriormente ou finalmente, não expressando possibilidade, mas tempo. Opção Errada.

Opção E: should definitely = **deve definitivamente**

should = **usado para dar conselhos**

O **should** acompanhado do **definitely** expressa certeza, quando o texto indica uma possibilidade. Opção errada.

GABARITO: C

19 The pair of expressions that express opposing ideas is

- (A) "...stuck to..." (line 2) – abandoned.
- (B) "...grows out of..." (line 31) – develops from.
- (C) "...pursue." (line 43) - follow.
- (D) "...scupper..." (line 62) – ruin
- (E) "...devising..." (line 75) – elaborating.

19 The pair of expressions that express opposing ideas is

19 O par de expressões que expressa ideias opostas é

Opção A: "...stuck to..." (line 2) – abandoned = "...preso..." (linha 2) – abandonado.

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had **stuck to** their original business plans, we'd likely never have heard of them.

Se os fundadores do Google, Starbucks, ou PayPal tivessem estancado em seus planos de negócio originais, nós provavelmente nunca ouviríamos falar deles.

stuck to = preso, travado, estancado, emperrado, mantido, continuado, apegado, fixado;

abandoned = abandonado, desistido, renunciado, abdicado, deixado, parado, descontinuado;

As ideias são opostas pois dizer que alguém se apegou a algo é oposto de dizer que o abandonou. Esta é a opção correta.

Opção B: "...grows out of..." (line 31) – develops from = "...cresce..." (linha 31) – se desenvolve a partir

grow out of = desenvolver-se ou vir a existir a partir de algo = **develop from** = desenvolver-se a partir de

Observe pela definição que os verbos são sinônimos, a questão pede ideias opostas. Opção errada.

Opção C: "...pursue..." (line 43) – follow = "...prosseguir" (linha 43) – seguir

pursue = aspirar, perseguir, seguir = **follow** = seguir, acompanhar

Os verbos tem a mesma ideia. Opção errada.

Opção D: "...scupper..." (line 62) – ruin = "...destruir..." (linha 62) – arruinar

scupper = destruir, arruinar, aniquilar = **ruin** = arruinar, estragar

Os verbos são sinônimos. Opção errada.

Opção E: "...devising..." (line 75) – elaborating = "...planejamento..." (linha 75) – elaboração

devise = planejar, inventar, elaborar = **elaborate** = elaborar, criar, produzir, desenvolver

Os vocábulos expressam a mesma ideia. Opção errada.

GABARITO: A

20 The sentence "It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop." (lines 72-74) implies that

- (A) higher product pricing will certainly lead to more market sales.
- (B) sales are determined solely by the characteristics of the gadget.
- (C) the most appropriate price should be defined by the competitors.
- (D) the cheaper the product is, the more profitable the company will be.
- (E) previous testing of price ranges will help find the one which will boost sales.

20 The sentence "It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop." (lines 72-74) implies that

20 A frase "Isso pode significar tentar preços diferentes para o seu produto desenvolvido recentemente para ver que preço faz as vendas se popularizarem." (linhas 72-74) implica que

Opção A: higher product pricing will certainly lead to more market sales = **preços mais altos do produto vão certamente levar a mais vendas no mercado.**

Nem precisa você analisar o texto para discernir que a opção é incorreta, não tem lógica dizer que ao aumentar os preços, haverá com certeza mais vendas. Quando o texto se refere a preços diferentes, isto não quer dizer preços mais altos. Opção errada.

Opção B: sales are determined solely by the characteristics of the gadget = **as vendas são determinadas exclusivamente pelas características do produto fabricado.**

A frase do enunciado não menciona características. Opção errada.

Opção C: the most appropriate price should be defined by the competitors = **o preço mais adequado deve ser definido pelos competidores.**

O texto fala sobre definir preços, mas não diz que essa definição deveria ser feita pelos competidores. Opção errada.

Opção D: the cheaper the product is, the more profitable the company will be = **Quanto mais barato é o produto, mais rentável a empresa será**

Na frase do enunciado não é feito nenhum comparativo entre o lucro, ou seja, a rentabilidade da empresa com o preço do produto. Errada.

Opção E: previous testing of price ranges will help find the one which will boost sales = **o teste anterior de gamas de preços vai ajudar a encontrar o que irá impulsionar as vendas.**

Trying different prices = **testar preços diferentes** = testing of price ranges = **teste de gamas de preços**

Make sales pop = **faz as vendas se popularizarem** = boost sales = **impulsionar as vendas**

A alternativa se apega à informação textual, usando sinônimos de palavras, esta é a opção correta.

GABARITO: E



Translation

The importance of discovering your plan B

A importância de descobrir seu plano B

By John W. Mullins and Randy Komisar

Autores: John W. Mullins e Randy Komisar

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had stuck to their original business plans, we'd likely never have heard of them. Instead, they made radical changes to their initial models, became household names, and delivered huge returns for their founders and investors. How did they get from their Plan A to a business model that worked? Why did they succeed when most new ventures crash and burn?

Se os fundadores do Google, Starbucks, ou PayPal tivessem estancado em seus planos de negócio originais, nós provavelmente nunca ouviríamos falar deles. Em vez disso, eles fizeram mudanças radicais nos seus modelos iniciais, se tornaram nomes conhecidos, e deram grandes retornos para os seus fundadores e investidores. Como eles conseguiram fazer a transição de um Plano A para um modelo empresarial que funcionou? Por que eles tiveram sucesso quando a maioria dos empreendedores fracassam?

Every aspiring entrepreneur, whether they desire to start a new company or create something new within an existing company, has a Plan A — and virtually all of these individuals believe that their Plan A will work. They can probably even imagine how they'll look on the cover of *Fortune* or *Inc.* magazine. Unfortunately, they are usually wrong. But what separates the ultimate successes from the rest is what they do when their first plan fails to catch on. Do they lick their wounds, get back on their feet, and morph their newly found insights into great businesses or do they doggedly stick to their original plan?

Todos aspirante a empresário, quer deseje iniciar uma nova empresa ou criar algo novo dentro de uma empresa já existente, tem um Plano A - e praticamente todos esses indivíduos acreditam

que o seu Plano A vai funcionar. Eles podem até mesmo provavelmente imaginar como eles vão parecer na capa da revista *Fortune*, ou *Inc.*. Infelizmente, eles geralmente estão errados. Mas o que separa os mais bem-sucedidos do resto é o que fazer quando o seu primeiro plano fracassa. Será que eles se recuperam da derrota, dão a volta por cima, e transformam suas percepções recém-descobertas em grandes negócios ou eles se prendem obstinadamente ao seu plano original?

Let's face an uncomfortable fact: the typical startup process, largely driven by poorly conceived business plans based on untested assumptions, is seriously flawed. Most new ventures, even those with venture capital backing, share one common characteristic. They fail. But there is a better way to launch new ideas — without wasting years of your time and loads of investors' money. This better way is about discovering a business model that really works: a Plan B, like those of Google and Starbucks, which grows out of the original idea, builds on it, and once it's in place, enables the business to grow rapidly and prosper.

Vamos encarar um fato incômodo: o processo típico de inicialização, em grande parte impulsionado pelos planos de negócios mal concebidos com base em suposições, está seriamente errado. A maioria dos novos empreendimentos, mesmo aqueles com apoio de capital de risco, dividem uma característica comum. Eles falham. Mas há uma maneira melhor de lançar novas ideias - sem perder anos de seu tempo e um monte de dinheiro dos investidores. Esta forma melhor é sobre a descoberta de um modelo de negócio que realmente funciona: um plano B, como os do Google e Starbucks, que cresce a partir da ideia original, constrói sobre ele, e uma vez que está no lugar, permite a empresa crescer rapidamente e prosperar.

Most of the time, breaking through to a better business model takes time. And it takes error, too — error from which you learn. For Max Levchin, who wanted to build a business based on his cryptography expertise, Plans A through F didn't work, but Plan G turned out to be the ubiquitous PayPal we know today.

Na maioria das vezes, avançar para um melhor modelo de negócio leva tempo. E causa erro, também – erros com os quais você pode aprender. Para Max Levchin, que queria construir um negócio baseado em sua experiência em criptografia, os planos de A a F não funcionaram, mas o plano G acabou por ser o PayPal onipresente que conhecemos hoje.

Getting to Plan B in Your Business

Chegando ao Plano B em Seu Negócio

How can you break through to a business model that will work for your business? First, you'll need an idea to pursue. The best ideas resolve somebody's pain, some customer problem you've identified for which you have a solution that might work. Alternatively, some good ideas take something in customers' lives that's pretty boring and create something so superior it provides true customer delight, as was the case for the Walkman and the iPod.

Como você pode avançar para um modelo empresarial que vai funcionar para seu negócio? Primeiro, você precisará de uma ideia para perseguir. As melhores ideias resolvem a dor de alguém, algum problema de cliente que você identificou para o qual tem uma solução que poderia funcionar. Além disso, algumas boas ideias tiram alguma coisa das vidas dos clientes que é muito chata e criam algo tão superior que proporciona verdadeira satisfação ao cliente, como foi o caso do Walkman e do iPod.

Next, you'll need to identify some analogs, portions of which you can borrow or adapt to help you understand the economics and various other facets of your proposed business and its business model. And you'll need antilogs, too. As we have seen from the Apple story, analogs and antilogs don't have to only be from your own industry, though. Sometimes the most valuable insights come from rather unusual sources.

Em seguida, você precisa identificar alguns análogos cujas partes você pode pedir emprestado ou adaptar para ajudar você a entender a economia e várias outras facetas de sua proposta de negócio e o seu modelo de negócio. E você vai precisar *antilogs* também. Mas, como vimos na história da Apple, análogos e *antilogs* não tem que ser apenas de sua própria indústria. Às vezes, as ideias mais valiosas vêm de fontes bastante incomuns.

Having identified both analogs and antilogs, you can quickly reach conclusions about some things that are, with at least a modicum of certainty, known about your venture. But it is not what you know that will likely scupper your Plan A, of course. It's what you don't know. The questions you cannot answer from historical precedent lead to your leaps of faith — beliefs you hold about the answers to your questions despite having no real evidence that these beliefs are actually true.

Tendo identificado ambos os análogos e *antilogs*, você pode rapidamente chegar a conclusões sobre algumas coisas que são, com pelo menos um mínimo de certeza, conhecidas sobre o seu empreendimento. Mas não é o que você sabe que provavelmente vai inviabilizar o seu Plano A, é claro. É o que você não sabe. As perguntas que não pode responder a partir de um precedente histórico levam a seus atos de fé - crenças que têm sobre as respostas para as suas perguntas, apesar de não ter nenhuma evidência real de que essas crenças são realmente verdadeiras.

To address your leaps of faith, you'll have to leap! Identify your key leaps of faith and then test your hypothesis. That may mean opening a smaller shop than you aspire to operate, just to see how customers respond. It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop. By identifying your leaps of faith early and devising ways to test hypotheses that will prove or refute them, you are in a position to learn whether or not your Plan A will work before you waste too much time and money.

The European Business Review

Available at: <http://www.europeanbusinessreview.com/?p=1608> -retrieved on July 4th, 2010.

Para executar seus atos de fé, você vai ter que agir! Identifique seus decisivos atos de fé e depois teste sua hipótese. Isso pode significar a abertura de uma loja menor do que você aspira, só para ver como os clientes respondem. Isso pode significar tentar preços diferentes para seus produtos recém-desenvolvidos para ver que preços fazem as vendas populares. Por identificar seus atos de fé antes e encontrar formas para testar hipóteses que vai validá-los ou refutá-los, você vai saber se ou não o seu Plano A vai funcionar antes de perder muito tempo e dinheiro.

A Análise Empresarial Européia



TEXTO 2

Profissional Básico – Engenharia – BNDES – CESGRANRIO

Why Companies Need Less Innovation

By Pat Lencioni

Perhaps the most popular—and misunderstood— term of the first decade of the new millennium is “innovation.” A new stack of books and articles is produced every year asserting the critical importance of

5 innovation for organizations that want to survive, especially during these challenging times. And to a large extent, I agree with that assertion. Unfortunately, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking.

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it. Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative,

15 providing classes and workshops designed to teach everyone how to think outside the box. They're also doing their best to include innovation on a list of core values, emblazoning the word on annual reports and

20 hallway posters, hoping that this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company.

For all the talk about innovation, most executives don't really like the
25 prospect of their people generating new ways to do things, hoping instead that they'll simply do what they're being asked to do in the most enthusiastic, professional way possible. So it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it.

30 Only a Few Innovators

What should leaders do? Be more open to new ideas from employees? Probably not. Better yet, they should stop overhyping innovation to the masses and come to the realization that only a limited number of people in any company really needs to be innovative.

As heretical as that may seem to those who want to believe that "innovation is everyone's business," consider that even the most innovative and creative organizations need far more people to be dutiful,

40 enthusiastic, and consistent in their work than innovative or creative.

Think about a movie set. For every writer or director or actor on the payroll, there are hordes of people who have to be technically proficient,

45 consistent, patient, and disciplined in their responsibilities. If they innovate, the project turns to chaos.

And the most creative restaurant requires the work of a single chef to design a fabulous menu, and dozens of cooks and waitresses and waiters

50 and dishwashers who will do their jobs with commitment, consistency, and dutifulness. If the cooks innovate, consistency is gone and customers can't rely on what they're going to get. Even a high-tech company doesn't

55 want or need its finance department or sales staff to be truly innovative.

What should leaders demand of their people, if not innovation? How about a combination of interpersonal creativity and autonomy? "Creatonomy." I realize that sounds like a protein drink for bodybuilders;

60 however, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs and satisfy customers in the most effective and charismatic way possible, but within the bounds of sound

65 business principles. For those who say "Well, that's what we mean when we use the word 'innovation'," one needs to realize that it's not what employees are hearing.

The Creatonomy Factor

Cretonomy is something that thrives in great companies. The world's 70 best airlines, quick-service restaurant companies, department stores, and entrepreneurial businesses excel in it. Their employees are passionate and committed and take complete responsibility for their work, consistently turning customers into loyal fans. Sure, they're encouraged

75 to share their ideas about new ways to work, but most of what they are known for is being great at what has already been defined as the product or service that their company offers. And most leaders I know would take that any day, even before innovation.

80 There is one group of people in an organization that has to exercise the capacity for innovation, regardless of their functional area. That group is the leadership team. Those who are chartered with overseeing a

85 company's various departments from the top are the keepers of innovation. They are ultimately responsible for determining the boundaries of change that are acceptable and, perhaps most important

of all, identifying the handful of others within their departments who have

90 the invitation and freedom to innovate.

Therefore, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate, consider being more specific about what you really want from them. And

95 if you really believe that your organization isn't innovative enough, focus your efforts first on the people at the top.

http://www.businessweek.com/innovate/content/aug2010/id20100825_409624.htm, retrieved on December 19, 2010. (slightly adapted)

Comentários:

01 The author's intention in this text is to

- (A) warn organizations that 21st century employees should abandon creatonomy at work.
- (B) clarify the scope of innovation in business environments and restrain its relevance to certain jobs.
- (C) blame employees for distorting the original meaning of innovation for their benefit.
- (D) encourage employees to become more creative and innovative than the leadership team.
- (E) suggest that top leaders in industrial companies should avoid being innovative.

01 The author's intention in this text is to

01 A intenção do autor no texto é

Opção **A**: warn organizations that 21st century employees should abandon creatonomy at work = **advertir as organizações que os funcionários do século 21 deveriam abandonar creatonomy no trabalho.**

10 The author defends 'creatonomy' at work because

10 O autor defende "creatomy" no trabalho porque

Pelo contrário, observe o enunciado da questão 10: o autor defende a creatonomy. Portanto, não alerta o abandono dela. Opção errada.

Opção **B**: clarify the scope of innovation in business environments and restrain its relevance to certain jobs = **clarificar o âmbito da inovação em ambientes empresariais e restringir a sua relevância para certos empregos.**

Why Companies Need Less Innovation

Por que as Empresas Precisam de Menos Inovação

Only a Few Innovators

Apenas Alguns Poucos Inovadores

Observe o título e subtítulo. A alternativa resume de forma correta qual o principal assunto do texto. Esta é a opção correta.

Opção **C**: blame employees for distorting the original meaning of innovation for their benefit = **culpar os funcionários por distorcer o significado original de inovação para o benefício deles e**

Opção **E**: suggest that top leaders in industrial companies should avoid being innovative = **sugerir que os líderes de topo em empresas industriais devem evitar serem inovadores.**

Therefore, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate, consider being more specific about what you really want from them. And if you really believe that your organization isn't innovative enough, focus your efforts first on the people at the top.

Portanto, se você é um líder, a próxima vez que pensar em dar um discurso ou enviar um e-mail solicitando seus subordinados a inovar, considere ser mais específico sobre o que você

realmente quer deles. E se você realmente acredita que sua organização não é inovadora o suficiente, concentre seus esforços primeiro nas pessoas que estão no topo.

Observe acima no parágrafo de desfecho do texto, que o autor não culpa os funcionários, mas joga a responsabilidade de entender o que é inovação nos líderes, e nem tampouco incentiva os líderes a não serem criativos, mas diz que aqueles que estão no topo é que devem ser. Opções erradas.

Opção D: encourage employees to become more creative and innovative than the leadership team = **incentivar os funcionários a se tornarem mais criativos e inovadores do que a equipe de liderança.**

Why Companies Need Less Innovation

Por que as Empresas Precisam de Menos Inovação

O tema de um texto resume o seu assunto principal, observe que o tema vem destacando a necessidade de menos e não de mais inovação nas empresas. Opção errada.

GABARITO: B

Dica: Esta é uma questão típica da CESGRANRIO e geralmente é a primeira, deixe para resolvê-la por último, pois aí você já terá uma ideia mais clara da intenção do autor, observe também o título, subtítulo, os enunciados das outras questões e o parágrafo de desfecho do texto.

02 The fragment "...to teach everyone how to think outside the box." (lines 15-16) suggests that company leaders are

- (A) stimulating employees to adopt classic ways of thinking and behaving.
- (B) defending that all workers must learn to organize their materials in classified boxes.
- (C) showing their employees how to look further and see things from unconventional perspectives.
- (D) finding ways to criticize the business executives' lateral thought processes which contradict standard ideas.
- (E) planning new courses and training sessions that will teach workers to follow all of the norms for out-of-company procedures.

02 The fragment "...to teach everyone how to think outside the box." (lines 15-16) suggests that company leaders are

02 O fragmento "... para ensinar a todos como pensar de forma criativa." (Linhas 15-16) sugere que os líderes da empresa estão

Opção **A**: stimulating employees to adopt classic ways of thinking and behaving = **estimulando os funcionários a adotar formas clássicas de pensar e de agir.**

Os funcionários já pensam de forma clássica, convencional, a opção traz uma ideia oposta àquela do texto. Errada.

Opção **B**: defending that all workers must learn to organize their materials in classified boxes = **defendendo que todos os trabalhadores devem aprender a organizar os seus materiais em caixas classificadas.**

A caixa da expressão mencionada no texto não é literal, físico. A palavra "caixa" é usada em uma expressão com sentido figurado. Opção errada.

Opção **C**: showing their employees how to look further and see things from unconventional perspectives = **mostrando a seus funcionários como olhar mais longe e ver as coisas de perspectivas não convencionais.**

Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative, providing classes and workshops designed to teach everyone how to **think outside the box.**

Muitos deles estão exortando todos os seus funcionários a serem mais inovadores, providenciando aulas e oficinas destinados a ensinar a todos como pensar de forma criativa.

ESCLARECENDO!



Thinking outside the box: “Pensar fora da caixa” é pensar de forma diferente, não convencional ou a partir de uma nova perspectiva. Esta frase, muitas vezes se refere ao pensamento criativo e inteligente. Isso às vezes é chamado de processo de pensamento lateral. O slogan, ou clichê, tornou-se amplamente utilizado em ambientes de negócios, especialmente por consultores de gestão e executivos, e tem gerado uma série de slogans publicitários. Significa procurar mais e tentar não pensar nas coisas óbvias, mas tentar pensar além disso.

Fonte: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/outside+the+box>

Como você pode observar na explicação acima essa “caixa” é em sentido figurado, significa ver as coisas de um ponto de vista diferente, e a alternativa expressa exatamente a mensagem textual. Correta.

Opção D: finding ways to criticize the business executives’ lateral thought processes which contradict standard ideas = **encontrando maneiras para criticar os processos de pensamento laterais dos executivos de negócios que contradizem as ideias convencionais.**



Lateral thinking - O pensamento lateral se refere à resolução de problemas através de uma abordagem indireta e criativa. O pensamento lateral é de raciocínio que não é imediatamente óbvia e cerca de ideias que não podem ser obtidos usando apenas a lógica passo-a-passo tradicional. O pensamento lateral está mais preocupado com o valor do movimento de declarações e ideias. Uma pessoa usaria o pensamento lateral quando quiser passar de uma ideia conhecida para a criação de novas ideias.

Fonte: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/Lateral+thinking>

A alternativa traz uma definição equivocada do significado da expressão citada no enunciado da questão. Errada.

Opção E: planning new courses and training sessions that will teach workers to follow all of the norms for out-of-company procedures = **planejando novos cursos e sessões de treinamento que ensinarão aos trabalhadores a seguir todas as normas para procedimentos fora da empresa.**

A expressão *think outside the box* não tem nada a ver com trabalhos externos ou procedimentos fora da empresa. Errada.

GABARITO: C

03 In "...only a limited number of people in any company really needs to be innovative." (lines 34-35), the fragment "really needs to be" transmits the idea of

- (A) minor ability
- (B) strong necessity
- (C) weak possibility
- (D) severe regulation
- (E) inevitable advice

03 In "...only a limited number of people in any company really needs to be innovative." (lines 34-35), the fragment "really needs to be" transmits the idea of

03 Em "... apenas um número limitado de pessoas em qualquer empresa realmente precisa ser inovador." (linhas 34-35), o fragmento "realmente precisa ser" transmite a ideia de

- (A) minor ability = habilidade menor
- (B) strong necessity = necessidade forte
- (C) weak possibility = possibilidade fraca
- (D) severe regulation = regulação severa
- (E) inevitable advice = conselho inevitável

Observe que cada opção apresenta um adjetivo acompanhado de um substantivo, agora compare com o segmento da questão:

really = realmente, muito, mesmo, sério

Os dois adjetivos que transmitem a mesma ideia do **really** são **strong** e **severe**, então você já elimina as letras **A**, **C** e **E**.

need = necessitar, precisar = **necessity** = necessidade

Logo, "really needs to be" transmite a ideia de necessidade forte.

GABARITO: B

04 In the fragments "...this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company." (lines 19-22) and "...customers can't rely on what they're going to get." (lines 52-53), "come up with" and "rely on" could be replaced in the text with, respectively,

- (A) suggest – depend on
- (B) propose – calculate
- (C) supply – understand
- (D) borrow – count on
- (E) discard – believe in

04 In the fragments "...this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company." (lines 19-22) and "...customers can't rely on what they're going to get." (lines 52-53), "come up with" and "rely on" could be replaced in the text with, respectively,

04 Nos fragmentos "... isso irá inspirar as pessoas a inventar novas ideias que irão revolucionar as perspectivas de longo prazo estratégico e financeiro da empresa." (linhas 19-22) e "... os clientes não podem confiar no que eles irão conseguir." (linhas 52-53), "inventar" e "confiar em" poderia ser substituído no texto por, respectivamente,

- (A) suggest – depend on = sugerir- depender de
- (B) propose – calculate = propor - calcular
- (C) supply – understand = suprir - entender
- (D) borrow – count on = tomar emprestado – contar com
- (E) discard – believe in = descartar – acreditar em

come up with = inventar, planejar, produzir, gerar = **suggest** = sugerir, propor, recomendar
= propose = propor, sugerir

Já que o primeiro verbo é par de sinônimo dos primeiros das letras **A** e **B**, então você já descarta as outras opções: **C**, **D** e **E**;

rely on = **confiar**, **depend on** = **depend on** = **depend on**

Logo, **come up with** e **rely on** = **suggest** e **depend on** respectivamente.

GABARITO: A

Booster Vocabulary

avoid	evitar
become	tornar-se, vir a ser
procedure	procedimento
sales staff	equipe de vendas

05 In paragraphs 6 and 7 (lines 42-55), the contexts of a movie set and a creative restaurant are mentioned to illustrate the fact that

- (A) those are the only areas in which innovation is, definitely, not welcome.
- (B) only actors and cooks are allowed to take innovative actions in their jobs.
- (C) chefs and movie directors must excel in innovation just as every business employee.
- (D) all employees in the entertainment industry are taught to be innovative and creative all the time.
- (E) in all business contexts, innovation and creativity are essential aptitudes for only a part of the professionals.

05 In paragraphs 6 and 7 (lines 42-55), the contexts of a movie set and a creative restaurant are mentioned to illustrate the fact that

05 Nos parágrafos 6 e 7 (linhas 42-55), os contextos de um set de filmagem e um restaurante criativo são mencionados para ilustrar o fato de que

Opção A: those are the only areas in which innovation is, definitely, not welcome = **essas são as únicas áreas em que a inovação, definitivamente, não é bem-vinda.**

Even a high-tech company doesn't want or need its finance department or sales staff to be truly innovative.

Até mesmo uma empresa de alta tecnologia não quer ou precisa de seu departamento financeiro ou de equipe de vendas para ser verdadeiramente inovador.

Errada. No segmento é citado também uma empresa de alta tecnologia como exemplo de uma outra área onde a inovação não é bem-vinda.

Dica: Cuidado com esses conectivos que restringem como o "definitely" no enunciado, geralmente opções assim estão erradas.

Opção B: only actors and cooks are allowed to take innovative actions in their jobs = **apenas atores e cozinheiros estão autorizados a tomar ações inovadoras em seus trabalhos e** Opção C: chefs and movie directors must excel in innovation just as every business employee = **chefes de cozinha e diretores de cinema devem distinguir-se em inovação, assim como cada funcionário da empresa.**

Think about a movie set. For every writer or director or actor on the payroll, there are hordes of people who have to be technically proficient, consistent, patient, and disciplined in their responsibilities. If they innovate, the project turns to chaos.

Pense em um set de filmagem. Para cada escritor ou diretor ou ator na folha de pagamento, há hordas de pessoas que têm de ser tecnicamente competentes, consistentes, pacientes e disciplinadas em suas responsabilidades. Se eles inovarem, o projeto se transforma em caos.

If the cooks innovate, consistency is gone and customers can't rely on what they're going to get.

Se os cozinheiros inovarem, perdem a consistência e os clientes não podem confiar no serviço deles.

Erradas. O texto deixa bem claro que os funcionários de cinema, e os chefes de cozinha não devem inovar.

Opção D: all employees in the entertainment industry are taught to be innovative and creative all the time = **todos os funcionários da indústria de entretenimento são ensinados a ser inovadores e criativos o tempo todo.**

Think about a movie set. For every writer or director or actor on the payroll, there are hordes of people who have to be technically proficient, consistent, patient, and disciplined in their responsibilities. If they innovate, the project turns to chaos.

Pense em um set de filmagem. Para cada escritor ou diretor ou ator na folha de pagamento, há hordas de pessoas que têm de ser tecnicamente competentes, consistentes, pacientes e disciplinadas em suas responsabilidades. Se eles inovarem, o projeto se transforma em caos.

consistent = **consistente, constante, equitativo, invariável**

Um dos adjetivos dos funcionários é consistente que é o oposto de inovativo. Opção errada.

Opção E: in all business contexts, innovation and creativity are essential aptitudes for only a part of the professionals = **em todos os contextos de negócios, inovação e criatividade são aptidões essenciais para apenas uma parte dos profissionais.**

Correta. A inovação não é para todos, mas apenas para uma parte dos profissionais em todas as áreas.

GABARITO: E

06 In terms of reference,

- (A) "...it." (line 13) refers to "...problem..." (line 11)
- (B) "...them..." (line 13) refers to "...employees..." (line 14)
- (C) "...it." (line 29) refers to "...surprise..." (line 28)
- (D) "they..." (line 32) refers to "...leaders..." (line 31)
- (E) "...that..." (line 81) refers to "...innovation." (line 81)

06 In terms of reference,

06 Em termos de referência,

Opção A: "...it." (line 13) refers to "...problem..." (line 11) = **"isto" (linha 13) refere-se a "...problema..." (linha 13)**

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it.

O problema não é tanto que estamos exagerando a importância da inovação, é mais sobre o que tantos líderes estão fazendo com isso.

Substituindo o pronome neutro it, ficaria assim:

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with the problem.

O problema não é tanto que estamos exagerando a importância da inovação, é mais sobre o que tantos líderes estão fazendo com o problema.

Observe como a informação textual é severamente modificada, deixando o texto confuso e sem sentido. O pronome it refere-se à importância da inovação e não à palavra problema. Errada.

Opção B: "...them..." (line 13) refers to "...employees..." (line14) = "deles(as)... (linha 13) refere-se a "empregados..." (linha 14)

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it. Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative, providing classes and workshops designed to teach everyone how to think outside the box.

O problema não é tanto que estamos exagerando a importância da inovação, é mais sobre o que tantos líderes estão fazendo com isso. Muitos deles estão exortando todos os seus funcionários a serem mais inovadores, proporcionando aulas e workshops destinados a ensinar a todos a como pensar de forma criativa.

Substituindo, ficaria assim:

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it. Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative, providing classes and workshops designed to teach everyone how to think outside the box.

O problema não é tanto que estamos exagerando a importância da inovação, é mais sobre o que tantos líderes estão fazendo com isso. Muitos deles estão exortando todos os seus funcionários a serem mais inovadores, proporcionando aulas e workshops destinados a ensinar a todos a como pensar de forma criativa.

Observe como o texto fica sem coerência, os funcionários não exortam a eles mesmos, que exorta os funcionários são os líderes, citado na frase anterior, portanto o pronome them refere-se aos líderes. Errada.

Opção C: "...it." (line 29) refers to "...surprise..." (line 28) = "isto" (linha 29) refere-se a "...surpresa..." (linha 28)

So it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it.
Então, não é nenhuma surpresa quando os líderes são tão criticados por pregar inovação sem realmente valorizá-la.

Substituindo, ficaria assim:

So it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing the surprise.

Então, não é nenhuma surpresa quando os líderes são tão criticados por pregar inovação sem realmente valorizar a surpresa.

Observe, que a informação textual é alterada, pois o que se fala de valorizar é a inovação e não a surpresa. Errada.

Opção D: "they..." (line 32) refers to "...leaders..." (line 31) = "eles (as)..." (linha 32) refere-se a "...líderes..." (linha 31)

What should leaders do? Be more open to new ideas from employees? Probably, not. Better yet, they should stop overhyping innovation to the masses and come to the realization that only a limited number of people in any company really needs to be innovative.

O que os líderes devem fazer? Ser mais abertos a novas ideias de funcionários? Provavelmente não. Melhor ainda, eles devem parar a propaganda exagerada de inovação para as massas e chegar à conclusão de que apenas um número limitado de pessoas em qualquer empresa realmente precisa ser inovador.

Substituindo o they por leaders, ficaria assim:

What should leaders do? Be more open to new ideas from employees? Probably, not. Better yet, the leaders should stop overhyping innovation to the masses and come to the realization that only a limited number of people in any company really needs to be innovative.

O que os líderes devem fazer? Ser mais abertos a novas ideias de funcionários? Provavelmente não. Melhor ainda, os líderes devem parar a propaganda exagerada de inovação para as massas

e chegar à conclusão de que apenas um número limitado de pessoas em qualquer empresa realmente precisa ser inovador.

Observe que ao substituírmos o pronome, não alterou a compreensão textual. É para isso que existe o pronome, para não ter que ficar mencionando o sujeito novamente. Esta é a opção correta.

Opção E: "...that..." (line 81) refers to "...innovation." (line 81) = "...aquele(a)..." (linha 81) refere-se a "...inovação" (linha 81)

There is one group of people in an organization that has to exercise the capacity for innovation, regardless of their functional area.

Há um grupo de pessoas em uma organização que tem de exercer a capacidade de inovação, independentemente da sua área funcional.

Substituindo o pronome relativo that ficaria assim:

There is one group of people in an organization innovation has to exercise the capacity for innovation, regardless of their functional area.

Há um grupo de pessoas em uma organização a inovação tem de exercer a capacidade de inovação, independentemente da sua área funcional.

Observe como o texto ficou sem nexos, mostrando claramente que o that não refere-se a innovation mas sim ao sujeito da frase já citado anteriormente: grupo de pessoas, pois é o grupo de pessoas que tem de exercer a capacidade de inovação. Não é a inovação que tem de exercer a capacidade dela mesma. Errada.

GABARITO: D

Macete: Essa é uma questão típica da CESGRANRIO, perguntar a que um determinado pronome se refere. Faça como fiz nas opções acima, substituindo a palavra suposta de referência, e então você terá uma visão clara da resposta correta.

07 The question "What should leaders demand of their people, if not innovation?" (lines 56-57) implies that

(A) people feel that innovation only matters for demanding business leaders.

(B) innovation is not in demand for all leaders and customers.

- (C) innovation is irrelevant for most business leaders nowadays.
- (D) leaders should require all their people to be innovative.
- (E) leaders should expect their subordinates to develop skills other than innovation.

07 The question "What should leaders demand of their people, if not innovation?" (lines 56-57) implies that

07 A pergunta "O que os líderes devem exigir de seus povos, se não a inovação?" (linhas 56-57) implica que

Opção **A**: people feel that innovation only matters for demanding business leaders = **as pessoas sentem que a inovação só é importante para os líderes empresariais mais exigentes.**

A pergunta não expressa o que as pessoas sentem, e sim a exigência dos líderes. Errada.

Opção **B**: innovation is not in demand for all leaders and customers = **a inovação não é exigida por todos os líderes e clientes.**

A pergunta não menciona os clientes exigirem inovação, apenas os líderes. Errada.

Opção **C**: innovation is irrelevant for most business leaders nowadays = **a inovação é irrelevante para a maioria dos líderes de empresas hoje em dia.**

Se não fosse importante, a pergunta não diria que os líderes devem exigí-la de seus funcionários. Errada.

Opção **D**: leaders should require all their people to be innovative = **os líderes devem exigir que todos os seus subordinados sejam inovadores.**

A pergunta não expressa que a exigência deve ser feita a todos os subordinados. Errada.

Opção **E**: leaders should expect their subordinates to develop skills other than innovation = **os líderes devem esperar que seus subordinados desenvolvam outras habilidades além da inovação.**

What should leaders demand of their people, if not innovation? How about a combination of interpersonal creativity and autonomy?

O que os líderes devem exigir de seus povos, se não a inovação? O que dizer de uma combinação de criatividade interpessoal e autonomia?

Ao analisar o contexto, observe que o autor cita a criatividade interpessoal e a autonomia como exemplos de outras habilidades que os líderes devem requerer dos seus funcionários. Esta é a opção correta.

GABARITO: E

08 The **boldfaced** item is synonymous with the expression in parentheses in

(A) "**Unfortunately**, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking." – lines 7-10 – (Definitely).

(B) "**So** it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it." – lines 27-29 – (Nonetheless).

(C) "**If** they innovate, the project turns to chaos." – lines 45-46 – (Although).

(D) "**however**, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs..." – lines 59-61 – (moreover).

(E) "**Therefore**, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate," – lines 91-93 – (Thus).

08 The **boldfaced** item is synonymous with the expression in parentheses in

08 O item em **negrito** é sinônimo com a expressão em parêntese em

Opção A: "**Unfortunately**, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking." – lines 7-10 – (Definitely) = "**Infelizmente, a maioria das organizações em busca de inovação parece estar gerando tanto cinismo quanto uma nova forma de pensar.**" - linhas 7-10 - (Definitivamente).

unfortunetely = **infelizmente, lamentavelmente**

definitely = **definitivamente, sem dúvida, com certeza**

Errada. Os dois vocábulos são advérbios porém não são sinônimos e portanto não podem substituir um ao outro sem que cause alteração na compreensão textual.

Opção B: "**So** it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it." – lines 27-29 – (nonetheless) = "**Então não é nenhuma surpresa quando os líderes se bateram por pregar inovação sem realmente valorizá-la.**" - linhas 27-29 - (No entanto).

So = então, assim, logo, portanto

nonetheless = todavia, contudo, apesar disto, no entanto

Enquanto o **so** expressa uma conclusão, o **nonetheless** é um conectivo usado para concessão. Opção errada.

Opção C: "If they innovate, the project turns to chaos." – lines 45-46 – (although) = "**Se eles inovarem, o projeto se transforma em caos.**" - linhas 45-46 - (embora).

If = se

although = embora, apesar de

O **if** é condicional, usado para se fazer uma suposição, enquanto que o **although** exprime concessão. Opção errada.

Opção D: "**however**, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs..." – lines 59-61 – (moreover) = "**no entanto**", o que isso significa é que precisamos de nossos funcionários para assumir a responsabilidade completa para fazer o seu trabalho ..." - linhas 59-61 - (além disso).

However = no entanto, entretanto, contudo, todavia

Moreover = ademais, além do mais, além disso

O **however** indica concessão e o **moreover** expressa adição a algo que já foi dito antes. Opção errada.

Opção E: "**Therefore**, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate," – lines 91-93 – (thus) = "**Portanto, se você é um líder, a próxima vez que você pensar em dar um discurso ou o enviar um e-mail solicitando que seus subordinados que inovem,**" - linhas 91-93 - (Assim).

therefore = logo, portanto, por consequência, por esse motivo, consequentemente = **thus** = assim, deste modo, desta maneira

Ambos são conectivos usados para introduzir uma sentença lógica. Tanto faz usar um como outro que não vai alterar o texto pois são sinônimos. Esta é a opção correta.

GABARITO: E

09 Based on the meanings in the text,

- (A) "...asserting..." (line 4) and *denying* are synonyms.
- (B) "...overstating..." (line 11) and *emphasizing* express similar ideas.
- (C) "...exhorting..." (line 14) and *encouraging* are antonyms.
- (D) "...prospect..." (line 24) and *possibility* express contradictory ideas.
- (E) "...thrives..." (line 68) cannot be substituted by *flourishes*.

09 Based on the meanings in the text,

09 Baseado nos significados no texto,

Opção A: "...asserting..." (line 4) and *denying* are synonyms = "... afirmando ..." (linha 4) e negando são sinônimos.

Errada. Os vocábulos são totalmente opostos.

Opção B: "...overstating..." (line 11) and *emphasizing* express similar ideas = "... exagerando ..." (linha 11) e enfatizando expressam ideias semelhantes.

The problem isn't so much that we're **overstating/emphasizing** the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it.

O problema não é tanto que estamos **exagerando/enfatizando** a importância da inovação, é mais sobre o que tantos líderes estão fazendo com isso.

overstate = exagerar, amplificar, magnificar, enfatizar = **emphasize** = enfatizar, acentuar, destacar, realçar

Os vocábulos expressam ideias semelhantes, tanto é que se trocados um pelo outro não provocaria nenhuma alteração na mensagem textual. Esta é a opção correta.

Opção C: "...exhorting..." (line 14) and *encouraging* are antonyms = "... exortando ..." (linha 14) e encorajando são antônimos.

Não são antônimos, os significados são semelhantes. Errada.

Opção D: "...prospect..." (line 24) and *possibility* express contradictory ideas = "... perspectiva ..." (linha 24) e possibilidade expressam ideias contraditórias.

Os vocábulos não sinônimos. Errada.

Opção E: "...thrives..." (line 68) can not be substituted by *flourishes* = "... prospera ..." (linha 68) **não pode ser substituído por "prospera"**

thrive = prosperar, desenvolver-se, crescer = flourish = prosperar, florescer, medrar

Os vocábulos são sinônimos. Portanto um pode perfeitamente substituir o outro. Errada.

GABARITO: B

10 The author defends 'creatonomy' at work because

- (A) creativity and autonomy are the only characteristics required of business leaders.
- (B) employees should be extremely innovative and avoid following the norms for their jobs.
- (C) customers request to be attended to by business assistants who follow the politeness principles.
- (D) employees should be able to act responsibly and serve their clients appropriately and pleasantly.
- (E) people working in the same company should share feelings of harmony and credibility.

10 The author defends 'creatonomy' at work because

10 O autor defende "creatomy" no trabalho porque

Opção A: creativity and autonomy are the only characteristics required of business leaders = **a criatividade e autonomia são as únicas características exigidas de líderes empresariais.**

O texto cita características como responsabilidade, comprometimento e outras. Opção errada.

Opção B: employees should be extremely innovative and avoid following the norms for their jobs = **os funcionários devem ser extremamente inovadores e evitar seguir as normas dos seus empregos.**

Até pela lógica, discerne-se que a opção é equivocada, o texto não diz que os funcionários devem deixar de lado as normas da empresa. Errada.

Opção C: customers request to be attended to by business assistants who follow the politeness principles = **os clientes pedem para ser atendidos por assistentes de negócios que seguem os princípios de polidez.**

O autor defende creatonomy em relação ao comportamento dos funcionários e não dos clientes. Errada.

Opção D: employees should be able to act responsibly and serve their clients appropriately and pleasantly = **os funcionários devem ser capazes de agir de forma responsável e servir os seus clientes de forma adequada e agradável.**

Creatonomy is something that thrives in great companies. The world's best airlines, quick-service restaurant companies, department stores, and entrepreneurial businesses excel in it. **Their employees are passionate and committed and take complete responsibility** for their work, consistently **turning customers into loyal fans**. Sure, they're encouraged to share their ideas about new ways to work, but most of what **they are known for is being great** at what has already been defined as the product or service that their company offers. And most leaders I know would take that any day, even before innovation.

Creatonomy é algo que se desenvolve em grandes empresas. As melhores companhias aéreas do mundo, empresas de serviço rápido de restaurantes, lojas de departamento e empresas empreendedoras se destacam nisto. **Seus funcionários são apaixonados e comprometidos e assumem completa responsabilidade** por seu trabalho, de forma consistente **transformando clientes em fãs leais**. Claro, eles são encorajados de compartilhar suas ideias sobre novas formas de trabalhar, mas **eles são mais conhecidos pelo motivo de serem agradáveis** no que já foi definido como o produto ou serviço que sua empresa oferece. E a maioria dos líderes que eu conheço que adotaria isto qualquer dia, até mais que a inovação.

A alternativa concorda com o texto no que diz respeito ao motivo pelo qual o autor defende creatonomy. Esta é a opção correta.

Opção E: people working in the same company should share feelings of harmony and credibility = **as pessoas que trabalham na mesma empresa devem compartilhar sentimentos de harmonia e credibilidade.**

Não é citado harmonia, mas sim compromisso e responsabilidade. Errada.

GABARITO: D

Translation

Why Companies Need Less Innovation

Por que as Empresas Precisam de Menos Inovação

By Pat Lencioni

Perhaps the most popular—and misunderstood— term of the first decade of the new millennium is “innovation.” A new stack of books and articles is produced every year asserting the critical importance of innovation for organizations that want to survive, especially during these challenging times. And to a large extent, I agree with that assertion. Unfortunately, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking.

Talvez o popular e mais incompreendido termo da primeira década do novo milênio é "inovação". Uma nova pilha de livros e artigos é produzida todos os anos afirmando a importância crítica de inovação para as organizações que querem sobreviver, especialmente durante estes tempos difíceis. E na maior parte, concordo com essa afirmação. Infelizmente, a maioria das organizações em busca de inovação parecem estar gerando tanto cinismo quanto pensamento inovador.

The problem isn't so much that we're overstating the importance of innovation; it's more about what so many leaders are doing with it. Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative, providing classes and workshops designed to teach everyone how to think outside the box.

O problema não é tanto que estamos exagerando a importância da inovação; é mais sobre o que muitos líderes estão fazendo com isso. Muitos deles estão exortando todos os seus funcionários a serem mais inovadores, proporcionando aulas e workshops destinados a ensinar a todos a como pensar de forma criativa.

They're also doing their best to include innovation on a list of core values, emblazoning the word on annual reports and hallway posters, hoping that this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company.

Eles também estão fazendo o seu melhor para incluir a inovação em uma lista de valores fundamentais, adornando a palavra em relatórios anuais e cartazes no corredor, esperando que

isso irá inspirar as pessoas a gerar novas ideias que vão revolucionar as perspectivas financeiras e estratégicas de longo prazo da empresa.

For all the talk about innovation, most executives don't really like the prospect of their people generating new ways to do things, hoping instead that they'll simply do what they're being asked to do in the most enthusiastic, professional way possible. So it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it.

Apesar de toda a conversa sobre inovação, a maioria dos executivos não gosta muito da perspectiva de que seus subordinados criem novas maneiras de fazer as coisas, esperando ao invés disso que eles simplesmente façam o que está sendo solicitado a fazer na mais entusiasmada forma profissional possível. Então, não é nenhuma surpresa quando os líderes são tão criticados por pregar inovação sem realmente valorizá-la.

Only a Few Innovators

Apenas Alguns Poucos Inovadores

What should leaders do? Be more open to new ideas from employees? Probably not. Better yet, they should stop overhyping innovation to the masses and come to the realization that only a limited number of people in any company really needs to be innovative.

O que os líderes devem fazer? Ser mais abertos a novas ideias de funcionários? Provavelmente não. Melhor ainda, os líderes devem parar a propaganda exagerada de inovação para as massas e chegar à conclusão de que apenas um número limitado de pessoas em qualquer empresa realmente precisa ser inovador.

As heretical as that may seem to those who want to believe that "innovation is everyone's business," consider that even the most innovative and creative organizations need far more people to be dutiful, enthusiastic, and consistent in their work than innovative or creative.

Como herético que isso possa parecer para aqueles que querem acreditar que "a inovação é um assunto de todos", considere que mesmo as organizações mais inovadoras e criativas precisam muito mais de pessoas que serão obedientes, entusiastas, e consistentes em seu trabalho do que inovadoras ou criativas.

Think about a movie set. For every writer or director or actor on the payroll, there are hordes of people who have to be technically proficient, consistent, patient, and disciplined in their responsibilities. If they innovate, the project turns to chaos.

Pense em um set de filmagem. Para cada escritor ou diretor ou ator na folha de pagamento, há multidões de pessoas que têm de ser tecnicamente competentes, consistentes, pacientes e disciplinadas em suas responsabilidades. Se eles inovarem, o projeto se transforma em um caos.

And the most creative restaurant requires the work of a single chef to design a fabulous menu, and dozens of cooks and waitresses and waiters and dishwashers who will do their jobs with commitment, consistency, and dutifulness. If the cooks innovate, consistency is gone and customers can't rely on what they're going to get. Even a high-tech company doesn't want or need its finance department or sales staff to be truly innovative.

E o restaurante mais criativo exige o trabalho de um único chefe para criar um menu fabuloso, e dezenas de cozinheiros e garçons e garçonetes e lavadores de pratos que farão seu trabalho com empenho, consistência e integridade. Se os cozinheiros inovarem, perdem a consistência e os clientes não podem confiar no serviço deles. Até mesmo uma empresa de alta tecnologia não quer ou precisa de seu departamento financeiro ou de equipe de vendas para ser verdadeiramente inovadora.

What should leaders demand of their people, if not innovation? How about a combination of interpersonal creativity and autonomy? "Creatonomy." I realize that sounds like a protein drink for bodybuilders; however, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs and satisfy customers in the most effective and charismatic way possible, but within the bounds of sound business principles. For those who say "Well, that's what we mean when we use the word 'innovation'," one needs to realize that it's not what employees are hearing.

O que os líderes devem exigir de seus subordinados, se não a inovação? O que dizer de uma combinação de criatividade interpessoal e autonomia? "Creatonomy." Eu sei que soa como um shake de proteína para fisiculturistas, no entanto, o que isso significa é que precisamos que nossos funcionários assumam a responsabilidade completa para fazer o seu trabalho e satisfazer os clientes da forma mais eficaz possível e carismática, mas dentro dos limites dos princípios empresariais. Para aqueles que dizem: "Bem, isso é o que queremos dizer quando usamos a palavra inovação", alguém tem de perceber que não é o que os funcionários estão ouvindo.

The Creatonomy Factor

O Fator Creatonomy

Creatonomy is something that thrives in great companies. The world's best airlines, quick-service restaurant companies, department stores, and entrepreneurial businesses excel in it. Their employees are passionate and committed and take complete responsibility for their work, consistently turning customers into loyal fans. Sure, they're encouraged to share their ideas about new ways to work, but most of what they are known for is being great at what has already been defined as the product or service that their company offers. And most leaders I know would take that any day, even before innovation.

Creatonomy é algo que se desenvolve em grandes empresas. As melhores companhias aéreas do mundo, empresas de serviço rápido de restaurantes, lojas de departamento e empresas

empreendedoras se destacam nisto. Seus funcionários são apaixonados e comprometidos e assumem completa responsabilidade por seu trabalho, de forma consistente transformando clientes em fãs leais. Claro, eles são encorajados de compartilhar suas ideias sobre novas formas de trabalhar, mas eles são mais conhecidos pelo motivo de serem agradáveis no que já foi definido como o produto ou serviço que sua empresa oferece. E a maioria dos líderes que eu conheço adotaria isto qualquer dia, até mais que a inovação.

There is one group of people in an organization that has to exercise the capacity for innovation, regardless of their functional area. That group is the leadership team. Those who are chartered with overseeing a company's various departments from the top are the keepers of innovation. They are ultimately responsible for determining the boundaries of change that are acceptable and, perhaps most important of all, identifying the handful of others within their departments who have the invitation and freedom to innovate.

Há um grupo de pessoas em uma organização que tem de exercer a capacidade de inovação, independentemente da sua área funcional. Esse grupo é a equipe de liderança. Aqueles que são contratados para a supervisão de vários departamentos da empresa do topo são os guardiões da inovação. Eles são responsáveis por determinar os limites de mudança que são aceitáveis e, talvez o mais importante de tudo, identificar o punhado de outros dentro de seus departamentos que têm o convite e liberdade para inovar.

Therefore, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate, consider being more specific about what you really want from them. And if you really believe that your organization isn't innovative enough, focus your efforts first on the people at the top.

<http://www.businessweek.com/innovate/content/aug2010/>

Portanto, se você é um líder, a próxima vez que pensar em dar um discurso ou enviar um e-mail solicitando seus subordinados a inovar, considere ser mais específico sobre o que você realmente quer deles. E se você realmente acredita que sua organização não é inovadora o suficiente, concentre seus esforços primeiro nas pessoas que estão no topo.



TEXTO 3

Escriturário – Banco do Brasil – CESGRANRIO - 2021

Robots, the next generation of soccer players

If you think a robot will steal your job, you are not alone. Soccer players should be worried too. The next Messi probably won't be of flesh and blood but plastic and metal.

The concept emerged during the conference "Workshop on grand challenges in artificial intelligence," held in Tokyo in 1992, and independently, in 1993, when Professor Alan Mackworth from the University of Bristol in Canada described an experiment with small soccer players in a scientific article.

Over 40 teams already participated in the first RoboCup tournament in 1997, and the competition is held every year. The RoboCup Federation wants to play and win a game against a real-world cup humans' team by 2050.

The idea behind artificially intelligent players is to investigate how robots perceive motion and communicate with each other. Physical abilities like walking, running, and kicking the ball while maintaining balance are crucial to improving robots for other tasks like rescue, home, industry, and education.

Designing robots for sports requires much more than experts in state-of-the-art technology. Humans and machines do not share the same skills. Engineers need to impose limitations on soccer robots to imitate soccer players as much as possible and ensure following the game's rules.

RoboCup Soccer Federation, the "FIFA" of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players' design and rules of the game. Each has its own robot design and game rules to give room for different scientific goals. The number of players, their size, the ball type, and the field dimensions are different for each league.

In the humanoid league the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow. Many of the skills needed to fully recreate actual soccer player movements are still in the early stages of research.

The game becomes exciting for middle and small size leagues. The models are much simpler; they are just boxes with a cyclopean eye. Their design focuses on team behavior: recognizing an opponent, cooperating with team members, receiving and giving a standard FIFA size ball.

Today, soccer robots are entirely autonomous. They wireless “talk” to each other, make decisions regarding strategy in real-time, replace an “injured” player, and shoot goals. The only person in a RoboCup game is the referee. The team coaches are engineers in charge of training the RoboCups’ artificial intelligence for fair play: the robots don’t smash against each other or pull their shirts.

The next RoboCup competition will soon be played, virtually, with rules that will allow teams to participate without establishing physical contact.

Available at: <<https://www.ua-magazine.com/2021/05/12/robots-the-next-generation-of-soccer-players>>. Retrieved on: July 4th, 2021. Adapted.

Comentários:

11 According to the second paragraph, the concept of robotic soccer players emerged

- (A) in 1997
- (B) in the 1990s
- (C) before the 1990s
- (D) in the beginning of the 20th century
- (E) in the beginning of the 21st century

11 According to the second paragraph, the concept of robotic soccer players emerged

11 De acordo com o segundo parágrafo, o conceito de jogadores de futebol robótico surgiu

- (A) in 1997 – em 1997

Esse ano não é mencionado no segundo parágrafo. Errada.

- (B) in the 1990s – nos anos 90

The concept emerged during the conference “Workshop on grand challenges in artificial intelligence,” held in Tokyo in 1992, and independently, in 1993, when Professor Alan Mackworth from the University of Bristol in Canada described an experiment with small soccer players in a scientific article.

O conceito surgiu durante a conferência “Workshop sobre grandes desafios em inteligência artificial”, realizada em Tóquio em 1992, e de forma independente, em 1993, quando o professor Alan Mackworth, da Universidade de Bristol, no Canadá, descreveu um experimento com pequenos jogadores de futebol em um artigo científico.

Conforme o parágrafo 2, o conceito surgiu nos anos de 1992 e 1993. Portanto, nos anos 90. Essa é a opção correta.

(C) before the 1990s – antes dos anos 90

O conceito surgiu durante e não antes (before) dos anos 90. Veja a importância de se conhecer os conectivos. Errada.

(D) in the beginning of the 20th century – no começo do século 20

O século XX iniciou em 1 de janeiro de 1901 e terminou em 31 de dezembro de 2000. Portanto, o conceito surgiu no final (na última década) do século 20 e não no começo dele. Errada.

(E) in the beginning of the 21st century – no começo do século 21

O século XXI, iniciou em 1 de janeiro de 2001 e vai terminar em 31 de dezembro de 2100. Portanto, os anos 1992 e 1993 mencionados no texto não fazem parte do século 21. Errada.

GABARITO: B

12 In the sentence fragment of the fifth paragraph “**Designing** robots for sports requires much more than **experts** in state-of-the-art technology”, the words in bold can be replaced, without any change in meaning, by the following words:

(A) drawing / scholars

- (B) creating / amateurs
- (C) planning / specialists
- (D) finishing / professionals
- (E) manufacturing / engineers

12 In the sentence fragment of the fifth paragraph "**Designing** robots for sports requires much more than **experts** in state-of-the-art technology", the words in bold can be replaced, without any change in meaning, by the following words:

12 No fragmento da frase do quinto parágrafo "**Projetar** robôs para esportes requer muito mais do que **especialistas** em tecnologia de ponta", as palavras em negrito podem ser substituídas, sem qualquer alteração de significado, pelas seguintes palavras:

- (A) drawing / scholars - **desenhar – acadêmicos**
- (B) creating / amateurs – **criar - amadores**
- (C) planning / specialists – **planejar - especialistas**
- (D) finishing / professionals – **acabar - profissionais**
- (E) manufacturing / engineers – **fabricar - engenheiros**

ESCLARECENDO!



"**Designing/Planning** robots for sports requires much more than **experts/specialists** in state-of-the-art technology",

"**Projetar/Planejar** robôs para esportes requer muito mais do que **especialistas** em tecnologia de ponta"

Como você pode observar nas traduções das palavras das opções acima, as palavras em negrito podem ser substituídas, sem qualquer alteração de significado, pelas palavras *planning* e *specialists*. As outras opções alterariam a compreensão texto.

GABARITO: C

13 In the text fragment of the sixth paragraph “RoboCup Soccer Federation, the “FIFA” of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players’ design and rules of the game”, the word **which** refers to

- (A) game
- (B) FIFA
- (C) players
- (D) leagues
- (E) RoboCup Soccer Federation

13 In the text fragment of the sixth paragraph “RoboCup Soccer Federation, the “FIFA” of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players’ design and rules of the game”, the word **which** refers to

13 No fragmento de texto do sexto parágrafo “A Federação de Futebol RoboCup, a “FIFA” dos robôs, que apóia cinco ligas, impõe restrições ao design dos jogadores e às regras do jogo”, a palavra **que** se refere a

- (A) game - **jogo**



Dica: Numa questão como essa o pronome *which* sempre vai retomar algo que foi citado antes e não depois. A palavra *game* é citada depois do pronome lá no final da frase. Outra dica é só você substituir o pronome pelo sujeito e verificar se tem sentido. No caso, ficaria assim: **which** supports five leagues = **game** supports five leagues. Observe que não é o jogo que apoia cinco ligas. Errada.

- (B) FIFA - **FIFA**

Para essa opção ser correta ela deveria ter especificado “FIFA” of robots (a “FIFA” dos robôs). Apenas a palavra FIFA se refere à Federação Internacional de Futebol, e não é ela que está sendo abordada nesse contexto. Errada.

(C) players - jogadores

A palavra *players'* é citada depois do pronome lá no final da frase. Substituindo, ficaria assim: **which** supports five leagues = **players** supports five leagues. Observe que não são os jogadores que apoiam cinco ligas. Errada.

(D) leagues - ligas

A palavra *leagues* é citada depois do pronome na frase, e não antes. Substituindo, ficaria assim: **which** supports five leagues = **leagues** supports five leagues. Observe que não tem sentido dizer que as ligas apoiam cinco ligas. Errada.

(E) RoboCup Soccer Federation - Federação de Futebol RoboCup

RoboCup Soccer Federation, the "FIFA" of robots, **which** supports five leagues, imposes restrictions on players' design and rules of the game.

A Federação de Futebol RoboCup, a "FIFA" dos robôs, **que/a qual** apóia cinco ligas, impõe restrições ao design dos jogadores e às regras do jogo.

O pronome relativo *which* (o qual, que) é usado na oração para acrescentar uma informação ao texto. Ele refere-se ao sujeito citado anteriormente: RoboCup Soccer Federation. Essa é a correta.

GABARITO: E

14 In paragraph 7, the word **However** in the fragment "In the humanoid league, the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow" can be replaced, without change in meaning, by

(A) unless

(B) indeed

(C) furthermore

(D) nevertheless

(E) consequently

14 In paragraph 7, the word **However** in the fragment “In the humanoid league, the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow” can be replaced, without change in meaning, by

14 No parágrafo 7, a palavra **No entanto** no fragmento “Na liga humanóide, os jogadores são robôs semelhantes aos humanos com sentidos semelhantes aos humanos. No entanto, eles são bastante lentos” pode ser substituída, sem mudança de significado, por

- (A) unless – a menos que
- (B) indeed – de fato
- (C) furthermore – além do mais
- (D) nevertheless – no entanto
- (E) consequently - consequentemente

“In the humanoid league, the players are human-like robots with human-like senses. **However/Nevertheless**, they are rather slow”

“Na liga humanóide, os jogadores são robôs semelhantes aos humanos com sentidos semelhantes aos humanos. **No entanto/Entretanto**, eles são bastante lentos”

however = no entanto, entretanto, porém, todavia, contudo = nevertheless

Como você pode observar pelas traduções, a palavra *nevertheless* é aquela que pode substituir o *however* sem mudança de significado. Ambos os conectivos expressam contradição. Podemos usar qualquer um deles para indicar o segundo ponto que desejamos contrastar com o primeiro.

GABARITO: D

15 In paragraph 9, there is the information that in RoboCup competitions the game referee and the team coaches are

- (A) humanoids
- (B) computers
- (C) real people
- (D) robotic engineers

(E) virtual mechanisms

15 In paragraph 9, there is the information that in RoboCup competitions the game referee and the team coaches are

15 No parágrafo 9, há a informação de que nas competições RoboCup o árbitro do jogo e os treinadores da equipe são

(A) humanoids – [humanóides](#)

(B) computers - [computadores](#)

(C) real people – [pessoas reais](#)

The only person in a RoboCup game is the referee. The team coaches are engineers in charge of training the RoboCups' artificial intelligence for fair play: the robots don't smash against each other or pull their shirts.

A única pessoa em um jogo RoboCup é o árbitro. Os treinadores da equipe são engenheiros encarregados de treinar a inteligência artificial dos RoboCups para jogo limpo: os robôs não se chocam nem puxam suas camisas.

O segmento acima deixa bem claro que o árbitro do jogo e os treinadores da equipe são pessoas reais. Essa é a opção correta.

(D) robotic engineers – [engenheiros robóticos](#)

(E) virtual mechanisms – [mecanismos virtuais](#)

GABARITO: C



Translation

Robots, the next generation of soccer players

Robôs, a próxima geração de jogadores de futebol

If you think a robot will steal your job, you are not alone. Soccer players should be worried too. The next Messi probably won't be of flesh and blood but plastic and metal.

Se você acha que um robô vai roubar seu trabalho, você não está sozinho. Os jogadores de futebol também devem se preocupar. O próximo Messi provavelmente não será de carne e osso, mas de plástico e metal.

The concept emerged during the conference "Workshop on grand challenges in artificial intelligence," held in Tokyo in 1992, and independently, in 1993, when Professor Alan Mackworth from the University of Bristol in Canada described an experiment with small soccer players in a scientific article.

O conceito surgiu durante a conferência "Workshop sobre grandes desafios em inteligência artificial", realizada em Tóquio em 1992, e de forma independente, em 1993, quando o professor Alan Mackworth, da Universidade de Bristol, no Canadá, descreveu um experimento com pequenos jogadores de futebol em um artigo científico.

Over 40 teams already participated in the first RoboCup tournament in 1997, and the competition is held every year. The RoboCup Federation wants to play and win a game against a real-world cup humans' team by 2050.

Mais de 40 equipes já participaram do primeiro torneio RoboCup em 1997, e a competição é realizada todos os anos. A Federação RoboCup quer jogar e ganhar um jogo contra uma equipe humana da copa do mundo real até 2050.

The idea behind artificially intelligent players is to investigate how robots perceive motion and communicate with each other. Physical abilities like walking, running, and kicking the ball while maintaining balance are crucial to improving robots for other tasks like rescue, home, industry, and education.

A ideia por trás de jogadores com inteligência artificial é investigar como os robôs percebem o movimento e se comunicam entre si. Habilidades físicas como andar, correr e chutar a bola enquanto mantém o equilíbrio são cruciais para melhorar os robôs para outras tarefas como resgate, casa, indústria e educação.

Designing robots for sports requires much more than experts in state-of-the-art technology. Humans and machines do not share the same skills. Engineers need to impose limitations on soccer robots to imitate soccer players as much as possible and ensure following the game's rules.

Projetar robôs para esportes requer muito mais do que especialistas em tecnologia de ponta. Humanos e máquinas não compartilham as mesmas habilidades. Os engenheiros precisam impor limitações aos robôs do futebol para imitar os jogadores de futebol o máximo possível e garantir o cumprimento das regras do jogo.

RoboCup Soccer Federation, the "FIFA" of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players' design and rules of the game. Each has its own robot design and game rules to give room for different scientific goals. The number of players, their size, the ball type, and the field dimensions are different for each league.

A Federação de Futebol RoboCup, a "FIFA" dos robôs, que apóia cinco ligas, impõe restrições ao design dos jogadores e às regras do jogo. Cada um tem seu próprio design de robô e regras de jogo para dar espaço a diferentes objetivos científicos. O número de jogadores, seu tamanho, o tipo de bola e as dimensões do campo são diferentes para cada liga.

In the humanoid league the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow. Many of the skills needed to fully recreate actual soccer player movements are still in the early stages of research.

Na liga humanóide, os jogadores são robôs semelhantes aos humanos, com sentidos semelhantes aos humanos. No entanto, eles são bastante lentos. Muitas das habilidades necessárias para recriar completamente os movimentos reais do jogador de futebol ainda estão nos estágios iniciais de pesquisa.

The game becomes exciting for middle and small size leagues. The models are much simpler; they are just boxes with a cyclopean eye. Their design focuses on team behavior: recognizing an opponent, cooperating with team members, receiving and giving a standard FIFA size ball.

O jogo torna-se emocionante para ligas médias e pequenas. Os modelos são muito mais simples; são apenas caixas com um olho ciclópico. Seu design se concentra no comportamento da equipe: reconhecer um adversário, cooperar com os membros da equipe, receber e dar uma bola de tamanho padrão FIFA.

Today, soccer robots are entirely autonomous. They wireless “talk” to each other, make decisions regarding strategy in real-time, replace an “injured” player, and shoot goals. The only person in a RoboCup game is the referee. The team coaches are engineers in charge of training the RoboCups’ artificial intelligence for fair play: the robots don’t smash against each other or pull their shirts.

Hoje, os robôs de futebol são totalmente autônomos. Eles “conversam” sem fio uns com os outros, tomam decisões sobre estratégia em tempo real, substituem um jogador “lesionado” e chutam gols. A única pessoa em um jogo RoboCup é o árbitro. Os treinadores da equipe são engenheiros encarregados de treinar a inteligência artificial dos RoboCups para jogo limpo: os robôs não se chocam nem puxam suas camisas.

The next RoboCup competition will soon be played, virtually, with rules that will allow teams to participate without establishing physical contact.

Available at: <<https://www.ua-magazine.com/2021/05/12/robots-the-next-generation-of-soccer-players>>. Retrieved on: July 4th, 2021. Adapted.

A próxima competição RoboCup será disputada em breve, virtualmente, com regras que permitirão às equipes participar sem estabelecer contato físico.



RESUMO

- Dê atenção aos conectivos: therefore = logo, portanto, por consequência, por esse motivo, consequentemente = thus = assim, deste modo, desta maneira
- Dê atenção aos conectivos: however = no entanto, entretanto, porém, todavia, contudo = nevertheless
- Memorize a expressão idiomática: **leap of faith** = ato ou afirmação de fé; um tiro no escuro, voto de confiança. O ato ou uma instância de crer ou confiar em algo intangível ou incapaz de ser provado.
- Observe na aula as palavras que são mais pertinentes à área do seu concurso e comece a fazer seu glossário pessoal.
- O que mais foi cobrado na aula de hoje foi Interpretação Textual. Esse assunto é visto em todos os textos.
- Outros assuntos importantes abordados nas questões foram Sinônimos, Verbos Modais, Expressões Idiomáticas e Tempos Verbais.
- Marque as questões que não acertou para posterior revisão.



VOCABULÁRIOS

Vocabulário	Tradução
advice	conselho, admoestação
allow	autorizar, permitir
development	desenvolvimento, progresso
employer	empregador, patrão
enable	possibilitar, permitir
entrepreneur	empreendedor, empresário
hiring	empregando, usando

improve	melhorar
issue	assunto, questão
job	emprego, trabalho
leadership	liderança
likely	provável, esperado
manager	gestor, administrador
pattern	padrão, modelo, exemplo
pick	pegar, apanhar, escolher
politeness	polidez, boas maneiras, cordialidade, gentileza
reliability	confiabilidade
seeker	buscador, investigador
skills	habilidades, competência
smart	esperto, inteligente
soccer	futebol
stakeholder	interessados, envolvidos
steal	roubar
supply	fornecimento, abastecimento
surveillance	fiscalização
wisdom	sabedoria, prudência
workforce	força de trabalho, mão de obra
worldwide	por todo o mundo, global



Vocabulário	Sinônimos
advice	counsel
allow	permit, concede
development	progress
employer	boss
enable	empower, authorize
entrepreneur	bussinessman
hiring	employing
improve	make it better
issue	question
job	work
leadership	ability to guide
likely	probable
manager	administrator
pattern	model
pick	choose
politeness	good manners
reliability	dependability
seeker	investigator
skills	ability

smart	intelligent
soccer	brazilian football
stakeholder	a person with an interest or concern in something, especially a business.
steal	commit theft
supply	provide
surveillance	observation
wisdom	knowledge
workforce	employees
worldwide	global



LISTA DE QUESTÕES

Texto 1: Analista de Sistemas – BNDES - CESGRANRIO

The importance of discovering your plan B

If the founders of Google, Starbucks, or PayPal had stuck to their original business plans, we'd likely never have heard of them. Instead, they made radical changes to their initial models, became household

5 names, and delivered huge returns for their founders and investors. How did they get from their Plan A to a business model that worked? Why did they succeed when most new ventures crash and burn?

Every aspiring entrepreneur, whether they desire to start a new company or create something new within an existing company, has a Plan A — and virtually all of these individuals believe that their Plan A will work. They can probably even imagine how they'll look on the cover of

15 *Fortune* or *Inc.* magazine. Unfortunately, they are usually wrong. But what separates the ultimate successes from the rest is what they do when their first plan fails to catch on. Do they lick their wounds, get back on their feet, and morph their newly found insights into great businesses or

20 do they doggedly stick to their original plan?

Let's face an uncomfortable fact: the typical startup process, largely driven by poorly conceived business plans based on untested assumptions, is seriously flawed. Most new ventures, even those with

25 venture capital backing, share one common characteristic. They fail. But there is a better way to launch new ideas — without wasting years of your time and loads of investors' money. This better way is about discovering a business model that really works: a Plan B, like those of Google and Starbucks, which grows out of the original idea, builds on it, and once it's in place, enables the business to grow rapidly and prosper.

35 Most of the time, breaking through to a better business model takes time. And it takes error, too — error from which you learn. For Max Levchin, who wanted to build a business based on his cryptography expertise, Plans A through F didn't work, but Plan G turned out to be the ubiquitous PayPal we know today.

Getting to Plan B in Your Business

How can you break through to a business model that will work for your business? First, you'll need an idea to pursue. The best ideas resolve somebody's pain, some customer problem you've identified for which you

45 have a solution that might work. Alternatively, some good ideas take something in customers' lives that's pretty boring and create something so superior it provides true customer delight, as was the case for the Walkman and the iPod.

50 Next, you'll need to identify some analogs, portions of which you can borrow or adapt to help you understand the economics and various other facets of your proposed business and its business model. And you'll need antilogs, too. As we have seen from the Apple story, analogs and antilogs don't have to only be from your own industry, though. Sometimes the most valuable insights come from rather unusual sources.

Having identified both analogs and antilogs, you can quickly reach conclusions about some things that are, with at least a modicum of certainty, known about your venture. But it is not what you know that will likely scupper your Plan A, of course. It's what you don't know. The questions you cannot answer from historical precedent lead to your leaps of faith — beliefs you hold about the answers to your questions despite having no real evidence that these beliefs are actually true.

To address your leaps of faith, you'll have to leap! Identify your key leaps of faith and then test your hypothesis. That may mean opening a smaller shop than you aspire to operate, just to see how customers respond. It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop. By identifying your leaps of

75 faith early and devising ways to test hypotheses that will prove or refute them, you are in a position to learn whether or not your Plan A will work before you waste too much time and money.

The European Business Review

Available at: <http://www.europeanbusinessreview.com>

11 According to the authors,

- (A) businesses only prosper if they strictly adopt their Plan A.
- (B) most famous companies fail because their leaders never stick to their original plan.
- (C) it is necessary to be faithful to the first business plan and wait for customers to respond.
- (D) some currently successful companies had to give up their initial plans for alternative business models.
- (E) companies always fail when they decide to adopt their Plan B as a shortcut to their original business strategy.

12 Google, Starbucks and PayPal are mentioned in paragraph 1 (lines 1-8) since they

- (A) are the only well-known companies in America nowadays.
- (B) represent companies which have never delivered high returns to the investors.
- (C) are examples of companies which made significant alterations to their original business plans.
- (D) illustrate the kind of businesses that remained loyal to their original plans and fought for results.
- (E) have founders who have been on the cover of *Fortune* magazine and are the world's richest men.

13 Mulins and Komisar, in paragraph 3 (lines 21-33), state that the typical business startup process is usually unsuccessful because it

- (A) does not invest rich sums or waste years on precise planning to design an elaborate business model.
- (B) shares common characteristics with traditional businesses that have survived crises.
- (C) expects the business to grow rapidly and prosper faster than all other companies in the market.
- (D) rejects venture capital funding and does not expect immediate returns.
- (E) is based on inadequately designed business plans and on market hypothesis that are not previously tested.

14 Max Levchin, mentioned in paragraph 4 (lines 34-39), can be considered a (an)

- (A) persistent businessman who fought for success.
- (B) careless worker who didn't take time to build a business model.
- (C) foolish entrepreneur who insisted on opening his own company.
- (D) expert in cryptography who failed as a businessman.
- (E) impatient investor who did not believe PayPal would prosper.

15 The term in parentheses expresses the idea introduced by the term in **bold** in

- (A) "**Instead**, they made radical changes to their initial models," – lines 3-4 (replacement).
- (B) "**Unfortunately**, they are usually wrong." – line 15 (reason).
- (C) "**Alternatively**, some good ideas take something in customers' lives that's pretty boring..." – lines 45-47 (cause).
- (D) "**Next**, you'll need to identify some analogs," – line 50 (exemplification).
- (E) "beliefs you hold about the answers to your questions **despite** having no real evidence..." – lines 64-66 (consequence).

16 In the fragments "...their first plan fails to catch on." (line 17) and "How can you break through to a business model..." (line 41), the expressions "catch on" and "break through to" mean, respectively,

- (A) arrange; find.
- (B) work; discover.

- (C) capture; give in.
- (D) pick up; destroy.
- (E) triumph; deteriorate.

17 The expression "...leaps of faith" (line 64) refers to

- (A) a religious conviction that the business project is definitely going to prosper.
- (B) confidence on the various concrete evidences that your business model will surely be successful.
- (C) everything you do not know about the returns of your investment and should not worry about.
- (D) knowledge about historical precedents that are applicable to your company's current situation.
- (E) assumptions about the aspects of the business you propose that are carefully thought of but not tested.

18 The word "might" in "... you have a solution that might work." (lines 44-45) can be replaced without change in meaning by

- (A) must surely.
- (B) will certainly.
- (C) may probably.
- (D) can eventually.
- (E) should definitely.

19 The pair of expressions that express opposing ideas is

- (A) "...stuck to..." (line 2) – abandoned.
- (B) "...grows out of..." (line 31) – develops from.
- (C) "...pursue." (line 43) - follow.
- (D) "...scupper..." (line 62) – ruin
- (E) "...devising..." (line 75) – elaborating.

20 The sentence “It may mean trying different prices for your newly developed gadget to see which price makes sales pop.” (lines 72-74) implies that

- (A) higher product pricing will certainly lead to more market sales.
- (B) sales are determined solely by the characteristics of the gadget.
- (C) the most appropriate price should be defined by the competitors.
- (D) the cheaper the product is, the more profitable the company will be.
- (E) previous testing of price ranges will help find the one which will boost sales.

Texto 2: Profissional Básico – Engenharia – BNDES – CESGRANRIO

Why Companies Need Less Innovation?

Perhaps the most popular—and misunderstood— term of the first decade of the new millennium is “innovation.” A new stack of books and articles is produced every year asserting the critical importance of

5 innovation for organizations that want to survive, especially during these challenging times. And to a large extent, I agree with that assertion. Unfortunately, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking.

11 The problem isn’t so much that we’re overstating the importance of innovation; it’s more about what so many leaders are doing with it.

14 Too many of them are exhorting all of their employees to be more innovative,

15 providing classes and workshops designed to teach everyone how to think outside the box. They’re also doing their best to include innovation on a list of core values, emblazoning the word on annual reports and

19 hallway posters, hoping that this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company.

For all the talk about innovation, most executives don’t really like the prospect of their people generating new ways to do things, hoping instead that they’ll simply do what they’re 28being asked to do in the most enthusiastic, professional way possible. So it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it.

30 Only a Few Innovators

What should leaders do? Be more open to new ideas from employees? Probably not. Better yet, they should stop overhyping innovation to the masses and come to the realization that only a limited number of people in any company really needs to be innovative.

As heretical as that may seem to those who want to believe that “innovation is everyone’s business,” consider that even the most innovative and creative organizations need far more people to be dutiful, enthusiastic, and consistent in their work than innovative or creative.

Think about a movie set. For every writer or director or actor on the payroll, there are hordes of people who have to be technically proficient, consistent, patient, and disciplined in their responsibilities. If they innovate, the project turns to chaos.

And the most creative restaurant requires the work of a single chef to design a fabulous menu, and dozens of cooks and waitresses and waiters and dishwashers who will do their jobs with commitment, consistency, and dutifulness. If the cooks innovate, consistency is gone and customers can’t rely on what they’re going to get. Even a high-tech company doesn’t want or need its finance department or sales staff to be truly innovative.

What should leaders demand of their people, if not innovation? How about a combination of interpersonal creativity and autonomy? “Creatonomy.” I realize that sounds like a protein drink for bodybuilders; however, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs and satisfy customers in the most effective and charismatic way possible, but within the bounds of sound

business principles. For those who say “Well, that’s what we mean when we use the word ‘innovation’,” one needs to realize that it’s not what employees are hearing.

The Creatonomy Factor

Creatonomy is something that thrives in great companies. The world’s best airlines, quick-service restaurant companies, department stores, and entrepreneurial businesses excel in it. Their employees are passionate and committed and take complete responsibility for their work, consistently turning customers into loyal fans. Sure, they’re encouraged

to share their ideas about new ways to work, but most of what they are known for is being great at what has already been defined as the product or service that their company offers. And most leaders I know would take that any day, even before innovation.

There is one group of people in an organization that has to exercise the capacity for innovation, regardless of their functional area. That group is the leadership team. Those who are chartered with overseeing a

company’s various departments from the top are the keepers of innovation. They are ultimately responsible for determining the boundaries of change that are acceptable and, perhaps most important of all, identifying the handful of others within their departments who have

90 the invitation and freedom to innovate.

Therefore, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate, consider being more specific about what you really want from them. And

95 if you really believe that your organization isn't innovative enough, focus your efforts first on the people at the top.

<http://www.businessweek.com/innovate/content/aug2010/>

01 The author's intention in this text is to

- (A) warn organizations that 21st century employees should abandon creatonomy at work.
- (B) clarify the scope of innovation in business environments and restrain its relevance to certain jobs.
- (C) blame employees for distorting the original meaning of innovation for their benefit.
- (D) encourage employees to become more creative and innovative than the leadership team.
- (E) suggest that top leaders in industrial companies should avoid being innovative.

02 The fragment "...to teach everyone how to think outside the box." (lines 15-16) suggests that company leaders are

- (A) stimulating employees to adopt classic ways of thinking and behaving.
- (B) defending that all workers must learn to organize their materials in classified boxes.
- (C) showing their employees how to look further and see things from unconventional perspectives.
- (D) finding ways to criticize the business executives' lateral thought processes which contradict standard ideas.
- (E) planning new courses and training sessions that will teach workers to follow all of the norms for out-of-company procedures.

03 In "...only a limited number of people in any company really needs to be innovative." (lines 34-35), the fragment "really needs to be" transmits the idea of

- (A) minor ability

- (B) strong necessity
- (C) weak possibility
- (D) severe regulation
- (E) inevitable advice

04 In the fragments "...this will inspire people to come up with new ideas that will revolutionize the long-term strategic and financial prospects of the company." (lines 19-22) and "...customers can't rely on what they're going to get." (lines 52-53), "come up with" and "rely on" could be replaced in the text with, respectively by,

- (A) suggest – depend on
- (B) propose – calculate
- (C) supply – understand
- (D) borrow – count on
- (E) discard – believe in

05 In paragraphs 6 and 7 (lines 42-55), the contexts of a movie set and a creative restaurant are mentioned to illustrate the fact that

- (A) those are the only areas in which innovation is, definitely, not welcome.
- (B) only actors and cooks are allowed to take innovative actions in their jobs.
- (C) chefs and movie directors must excel in innovation just as every business employee.
- (D) all employees in the entertainment industry are taught to be innovative and creative all the time.
- (E) in all business contexts, innovation and creativity are essential aptitudes for only a part of the professionals.

06 In terms of reference,

- (A) "...it." (line 13) refers to "...problem..." (line 11)
- (B) "...them..." (line 13) refers to "...employees..." (line 14)
- (C) "...it." (line 29) refers to "...surprise..." (line 28)
- (D) "they..." (line 32) refers to "...leaders..." (line 31)

(E) "...that..." (line 81) refers to "...innovation." (line 81)

07 The question "What should leaders demand of their people, if not innovation?" (lines 56-57) implies that

- (A) people feel that innovation only matters for demanding business leaders.
- (B) innovation is not in demand for all leaders and customers.
- (C) innovation is irrelevant for most business leaders nowadays.
- (D) leaders should require all their people to be innovative.
- (E) leaders should expect their subordinates to develop skills other than innovation.

08 The **boldfaced** item is synonymous with the expression in parentheses in

- (A) "**Unfortunately**, most organizations in search of innovation seem to be generating as much cynicism as they are new thinking." – lines 7-10 – (Definitely).
- (B) "**So** it is no surprise when leaders get pounded for preaching innovation without really valuing it." – lines 27-29 – (Nonetheless).
- (C) "**If** they innovate, the project turns to chaos." – lines 45-46 – (Although).
- (D) "**however**, what it means is that we need our employees to take complete responsibility to do their jobs..." – lines 59-61 – (moreover).
- (E) "**Therefore**, if you're a leader, the next time you think about giving a speech or sending out an e-mail calling for your people to innovate," – lines 91-93 – (Thus).

09 Based on the meanings in the text,

- (A) "...asserting..." (line 4) and *denying* are synonyms.
- (B) "...overstating..." (line 11) and *emphasizing* express similar ideas.
- (C) "...exhorting..." (line 14) and *encouraging* are antonyms.
- (D) "...prospect..." (line 24) and *possibility* express contradictory ideas.
- (E) "...thrives..." (line 68) can not be substituted by **flourishes**.

10 The author defends 'creatonomy' at work because

- (A) creativity and autonomy are the only characteristics required of business leaders.
- (B) employees should be extremely innovative and avoid following the norms for their jobs.
- (C) customers request to be attended to by business assistants who follow the politeness principles.
- (D) employees should be able to act responsibly and serve their clients appropriately and pleasantly.
- (E) people working in the same company should share feelings of harmony and credibility.

Texto 3: **Escriturário – Banco do Brasil – CESGRANRIO - 2021**

Robots, the next generation of soccer players

If you think a robot will steal your job, you are not alone. Soccer players should be worried too. The next Messi probably won't be of flesh and blood but plastic and metal.

The concept emerged during the conference "Workshop on grand challenges in artificial intelligence," held in Tokyo in 1992, and independently, in 1993, when Professor Alan Mackworth from the University of Bristol in Canada described an experiment with small soccer players in a scientific article.

Over 40 teams already participated in the first RoboCup tournament in 1997, and the competition is held every year. The RoboCup Federation wants to play and win a game against a real-world cup humans' team by 2050.

The idea behind artificially intelligent players is to investigate how robots perceive motion and communicate with each other. Physical abilities like walking, running, and kicking the ball while maintaining balance are crucial to improving robots for other tasks like rescue, home, industry, and education.

Designing robots for sports requires much more than experts in state-of-the-art technology. Humans and machines do not share the same skills. Engineers need to impose limitations on soccer robots to imitate soccer players as much as possible and ensure following the game's rules.

RoboCup Soccer Federation, the “FIFA” of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players’ design and rules of the game. Each has its own robot design and game rules to give room for different scientific goals. The number of players, their size, the ball type, and the field dimensions are different for each league.

In the humanoid league the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow. Many of the skills needed to fully recreate actual soccer player movements are still in the early stages of research.

The game becomes exciting for middle and small size leagues. The models are much simpler; they are just boxes with a cyclopean eye. Their design focuses on team behavior: recognizing an opponent, cooperating with team members, receiving and giving a standard FIFA size ball.

Today, soccer robots are entirely autonomous. They wireless “talk” to each other, make decisions regarding strategy in real-time, replace an “injured” player, and shoot goals. The only person in a RoboCup game is the referee. The team coaches are engineers in charge of training the RoboCups’ artificial intelligence for fair play: the robots don’t smash against each other or pull their shirts.

The next RoboCup competition will soon be played, virtually, with rules that will allow teams to participate without establishing physical contact.

Available at: <<https://www.ua-magazine.com/2021/05/12/robots-the-next-generation-of-soccer-players>>. Retrieved on: July 4th, 2021. Adapted.

11 According to the second paragraph, the concept of robotic soccer players emerged

- (A) in 1997
- (B) in the 1990s
- (C) before the 1990s
- (D) in the beginning of the 20th century
- (E) in the beginning of the 21st century

12 In the sentence fragment of the fifth paragraph “**Designing** robots for sports requires much more than **experts** in state-of-the-art technology”, the words in bold can be replaced, without any change in meaning, by the following words:

- (A) drawing / scholars
- (B) creating / amateurs
- (C) planning / specialists
- (D) finishing / professionals
- (E) manufacturing / engineers

13 In the text fragment of the sixth paragraph “RoboCup Soccer Federation, the “FIFA” of robots, which supports five leagues, imposes restrictions on players’ design and rules of the game”, the word **which** refers to

- (A) game
- (B) FIFA
- (C) players
- (D) leagues
- (E) RoboCup Soccer Federation

14 In paragraph 7, the word **However** in the fragment “In the humanoid league, the players are human-like robots with human-like senses. However, they are rather slow” can be replaced, without change in meaning, by

- (A) unless
- (B) indeed
- (C) furthermore
- (D) nevertheless
- (E) consequently

15 In paragraph 9, there is the information that in RoboCup competitions the game referee and the team coaches are

- (A) humanoids
- (B) computers
- (C) real people
- (D) robotic engineers
- (E) virtual mechanisms

GABARITO



GABARITO

Textos	Gabaritos
Texto 1	11-D; 12-C; 13-E; 14-A; 15-A; 16-B; 17-E; 18-C; 19-A; 20-E;
Texto 2	01-B; 02-C; 03-B; 04-A; 05-E; 06-D; 07-E; 08-E; 09-B; 10-D;
Texto 3	11-B; 12-C; 13-E; 14-D; 15-C;

ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1 Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2 Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3 Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4 Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5 Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6 Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7 Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8 O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.