

FLÁVIA RITA 
www.flaviarita.com

 @PROFESSORAFLAVIARITA

 @PROFESSORAFLAVIARITA

 /PROFESSORAFLAVIARITA

 @PROFAFLAVIARITA

CONTEÚDO

Simulado 11



19:22:28

LÍNGUA

PORTUGUESA

PROFESSORA: FLÁVIA RITA

Há marcas que vivem da inclusão, e outras que vivem da exclusão

Contardo Calligaris

Meu telefone, um iPhone 6, estava cada vez mais lento. Não era por ne-nhuma das causas apontadas nas inúmeras salas de conversa entre usuários de iPhones vagarosos.

Era mesmo o processador que estava se tornando exasperadamente lento, ao ponto em que havia um intervalo sensível de tempo entre digitar e a letra aparecer na tela.

Deixei para resolver quando chegasse a Nova York, onde, aliás, a coisa piorou: era suficiente eu tirar o celular do bolso ou deixá-lo num bolso externo (que não estivesse em contato com o calor do corpo) para que a carga da bateria bai-xasse, de repente, de 60% a zero.

Pensei que três anos é mesmo o tempo de vida útil para uma bateria. E lá fui à loja da Apple na Broadway.

Esperei duas horas para enfim ter acesso a alguém que me explicou que testaria minha bateria. Depois de contemplarmos os gráficos lindos e coloridos deixados no tablet pelo meu telefone, anunciou que minha bateria ainda não justifi-cava uma troca – no tom pernós-tico de um plantonista que sabe que não tem leitos disponíveis e manda você para casa com aquela dor no peito e a "certeza" de que "você não está enfartando, deve ser só digestão".

O mesmo jovem propôs uma reinstalação do sistema operacional, – que é uma trivia-lidade, mas foi anunciada como se fosse um cateterismo das coronárias.

Passei a noite me recuperando, ou seja, reinstalando aplicativos. Resul-tado: telefone lento como antes.

Voltei para a Apple (loja da Quinta Avenida), onde descobri que, como na história do hospital sem leitos, de fato, a Apple não dispunha mais de baterias para substituir a minha: muitos usuários estavam com o mesmo problema. Por coinci-dência, tudo conjurava para que eu comprasse um telefone novo.

Nos EUA, a Apple está sendo processada (15 casos coletivos, em diferen-tes Estados) por piorar propositalmente a experiência dos usuários de iPhone sem lhes oferecer alterna-tivas –salvo, obviamente, a de adquirir um telefone novo.

A companhia pediu desculpas públicas, mas a humildade não é o forte do treinamen-to Apple. Basta se lembrar que o atendimento pós-venda da companhia se chama (o ridículo não mata ninguém) "genius bar", o balcão dos gênios.

Já pensou: você poderia ligar para seu serviço de TV a cabo porque a recepção está péssima e alguém diria: "Sim, senhor, pode marcar consulta com o balcão dos gênios".

A maioria dos usuários não acham isso cômico e despropositado. Por que será?

Há marcas que vivem de seu poder de inclusão, do tipo "nós fabricamos o carro que todos podem dirigir". E há marcas que vivem de seu poder de exclusão: tipo, será que você merece o que estou vendendo?

Você já entrou alguma vez numa loja cara onde os vendedores, envaide-cidos pela aura do próprio produto que vendem, olham para você com desprezo, como se você não fosse um consumidor à altura da loja?

É uma estratégia básica de marketing: primeiro, espera-se que você inveje (e portanto deseje) o mundo do qual se sente excluído.

Você perguntará: de que adianta, se não poderei adquirir os produtos da marca? Em geral, nesses casos o projeto é vender os acessórios da casa. Pou-quíssimos comprarão o casaco de R\$ 15 mil, mas milhares comprarão um lençinho (com monograma) para se sentirem, assim, membros do clube.

A Apple mantém sua presença no mercado pela ideia de sua superioridade tecnológica - e pelo design elegante, claro.

Seramente, alguém que usa processador de texto não deveria escolher um computador em que não dá para apagar letras da esquerda para a direita. Mas é como os carros ingleses dos anos 1950: havia a glória de viver perigosamente e dirigir sem suspensões posteriores independentes (sem capotar a cada curva).

Pouco importam as críticas. A Apple conseguiu convencer seus usuários de que eles mesmos, por serem usuários, fazem parte de uma arrojada elite tecnológica. Numa loja da Apple, todos, os usuários e os "gênios" vestem (real ou metaforicamente) a camiseta da marca.

Quer saber o que aconteceu com meu iPhone? Está ótimo. Fui ao Device Shop, em Times Square, no mesmo prédio do Hard Rock Cafe: atendimento imediato, troca de bateria em dez minutos, conversa agradável. Não havia gênios, só pessoas competentes. E custou menos de dois terços do que pagaria na Apple.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/contardocalligaris/2018/01/1949427-ha-marcas-que-vivem-da-inclusao-e-outras-que-vivem-da-exclusao.shtml> Acesso em 20 mar. 2018

19:22:28

1. O propósito do texto é
 - a) Analisar as mercadorias da Apple.
 - b) Criticar o atendimento da Apple.
 - c) Demonstrar como se resolve um problema com iphone.
 - d) Mostrar que pessoas competentes existem em qualquer lugar.

2. Em: “Basta se lembrar que o atendimento pós-venda da companhia se chama (o ridículo não mata ninguém) ‘genius bar’, o balcão dos gênios.”, a **MELHOR** interpretação para o trecho: “o ridículo não mata ninguém” é
 - a) Não há nada de errado em ser ridículo quando o objetivo é exaltar seu produto.
 - b) Ninguém deveria se ofender com o nome ridículo dado ao atendimento pós-venda da Apple.
 - c) O atendimento da Apple é tão ridículo que se autodenomina como “gênio”.
 - d) O pós-venda da Apple é humilde o suficiente para entender que no seu balcão só há gênios.

3. Todos os sentimentos abaixo estão presentes no texto, **EXCETO**:
 - a) Frustração.
 - b) Humildade.
 - c) Revolta.
 - d) Sarcasmo.

4. Todas as seguintes técnicas, com as finalidades indicadas, são usadas pelo autor na estruturação de seu texto, **EXCETO**:
 - a) Comparação, para demonstrar as dificuldades pelas quais passava.
 - b) Contraste, em algumas partes, para realçar as diferenças entre os atendimentos prestados.
 - c) Enumeração, para hierarquizar os caminhos até o conserto do aparelho.
 - d) Exemplificação, para ilustrar e explicar pontos de vista.

5. Há interlocução entre o locutor e os leitores, **EXCETO** em:
 - a) “Depois de contemplarmos os gráficos lindos e coloridos deixados no tablet pelo meu telefone, anunciou que minha bateria ainda não justificava uma troca [...]”
 - b) “É uma estratégia básica de marketing: primeiro, espera-se que você inveje (e portanto deseje) o mundo do qual se sente excluído.”
 - c) “Quer saber o que aconteceu com meu iPhone? Está ótimo.”
 - d) “Você perguntará: de que adianta, se não poderei adquirir os produtos da marca? Em geral, nesses casos o projeto é vender os acessórios da casa.”

6. Percebe-se o tom irônico do autor em:

- a) “A Apple mantém sua presença no mercado pela ideia de sua superioridade tecnológica – e pelo design elegante, claro.”
- b) “Já pensou: você poderia ligar para seu serviço de TV a cabo porque a recepção está péssima e alguém diria: ‘Sim, senhor, pode marcar consulta com o balcão dos gênios’”.
- c) “Passei a noite me recuperando, ou seja, reinstalando aplicativos. Resultado: telefone lento como antes.”
- d) “Pensei que três anos é mesmo o tempo de vida útil para uma bateria. E lá fui à loja da Apple na Broadway.”

7. Uma das funções dos dois primeiros parágrafos do texto é

- a) contrapor-se ao terceiro parágrafo.
- b) exemplificar o assunto dos parágrafos seguintes.
- c) explicar as ideias do terceiro parágrafo.
- d) fornecer o contexto para os parágrafos seguintes.

8. As palavras destacadas estão corretamente interpretadas entre parênteses, **EXCETO** em:

- a) “[...] anunciou que minha bateria ainda não justificava uma troca – no tom **pernóstico** de um plantonista que sabe que não tem leitos disponíveis [...]” (pre-tensioso)
- b) “[...] por piorar propositalmente a experiência dos usuários de iPhone sem lhes oferecer alternativas – **salvo**, obviamente, a de adquirir um telefone novo.” (exceto)
- c) “Era mesmo o processador que estava se tornando **exasperadamente** lento [...]” (tranquilamente)
- d) “Por coincidência, tudo **conjurava** para que eu comprasse um telefone novo.” (tramava)

9. Em: “A maioria dos usuários não acham isso cômico e despropositado. Por que será?” (§ 12), **isso** se refere a

- a) A companhia pedir desculpas públicas aos usuários.
- b) A maioria dos usuários.
- c) Cômico e despropositado.
- d) Marcar uma consulta com o “balcão dos gênios”.

10. Admite-se **mais de uma** concordância dos verbos destacados em:

- a) “A maioria dos usuários não **acham** isso cômico e despropositado.”
- b) “E **custou** menos de dois terços do que pagaria na Apple.”
- c) “Não **havia** gênios, só pessoas competentes.”
- d) “Pensei que três anos **é** mesmo o tempo de vida útil para uma bateria.”

11. Os referentes dos termos destacados estão corretamente identificados entre parênteses, **EXCETO** em:

- a) “Deixei para resolver quando chegasse em Nova York, **onde**, aliás, a coisa piorou: era suficiente eu tirar o celular do bolso ou deixá-lo num bolso externo [...]” (em Nova York)
- b) “É uma estratégia básica de marketing: primeiro, espera-se que você inveje (e portanto deseje) o mundo **do qual** se sente excluído.” (o mundo)
- c) “Há marcas **que** vivem de seu poder de inclusão, do tipo ‘nós fabricamos o carro que todos podem dirigir’”. (Há marcas)
- d) “Seriamente, alguém que usa processador de texto não deveria escolher um computador em **que** não dá para apagar letras da esquerda para a direita.” (um computador)

12. A ideia expressa pelos articuladores sintáticos destacados está corretamente identificada entre parênteses, **EXCETO** em:

- a) “Deixei para resolver **quando** chegasse em Nova York, onde, aliás, a coisa piorou [...]” (tempo)
- b) “É uma estratégia básica de marketing: primeiro, espera-se que você inveje (e **portanto** deseje) o mundo do qual se sente excluído.” (consequência)
- c) “Por coincidência, tudo conjurava **para que** eu comprasse um telefone novo.” (finalidade)
- d) “Pouquíssimos comprarão o casaco de R\$ 15 mil, **mas** milhares comprarão um lenço (com monograma) para se sentirem, assim, membros do clube.” (oposição)

13. Em: “E há marcas que vivem de seu poder de exclusão: tipo, será que você merece o que estou vendendo?”, o é:

- a) artigo definido.
- b) artigo indefinido
- c) pronome demonstrativo.
- d) pronome pessoal.

14. Em: “[...] no tom pernóstico de um plantonista que sabe que não tem leitos disponíveis e manda você para casa com aquela dor no peito e a “certeza” de que “você não está enfiando, deve ser só digestão”, as aspas em “certeza” foram usadas com a finalidade de

- a) colocar o trecho em evidência.
- b) indicar o início de um diálogo.
- c) indicar uma citação textual.
- d) ressaltar o uso da linguagem coloquial.

15. Os verbos destacados estão flexionados no pretérito imperfeito do indicativo, **EXCETO** em:

- a) “[...] ao ponto em que **havia** um intervalo sensível de tempo entre digitar e a letra aparecer na tela.”
- b) “Meu telefone, um iPhone 6, **estava** cada vez mais lento.”
- c) “Não **era** por nenhuma das causas apontadas nas inúmeras salas de conversa entre usuários de iPhones vagarosos.”
- d) “Você já **entrou** alguma vez numa loja cara onde os vendedores, envaidecidos pela aura do próprio produto [...].”

16. Leia o trecho abaixo e complete as lacunas, levando em consideração o uso da **crase**.
O iOS 11.3 deve ser liberado para o público em breve. O próximo grande update para o sistema do iPhone e iPad adicionará alguns recursos interessantes. O principal é o "Gerenciamento de desempenho", uma resposta da Apple para _____ polêmica relacionada da _____ bateria. Com ele, o usuário poderá escolher entre manter _____ performance do dispositivo ou dar prioridade para a autonomia. (globo.com 28/03/2018)

As lacunas no trecho são preenchidas **corretamente** por:

- a) a – a – a
- b) a – à – a
- c) a – à – à
- d) à – à – a

INSTRUÇÃO:

Leia o trecho abaixo para responder às questões 17 e 20.

A possibilidade de tirar fotos panorâmicas já é bastante conhecida pelos usuários de iPhone. As imagens capturadas com este recurso, principalmente as que mostram a natureza ou algo do tipo, podem ficar bem interessantes.

O que muitas pessoas não sabem é que não é preciso tirar a foto panorâmica da esquerda para a direita, como já vem definido na câmera. Ao tocar na tela, o ponto inicial da foto muda de lado.

(globo.com 28/03/2018)

17. Em: “**Ao tocar na tela**, o ponto inicial da foto muda de lado.”, o termo destacado pode ser substituído, **sem prejuízo de sentido**, por:

- a) À medida que tocar na tela.
- b) Conforme tocar na tela.
- c) Quando tocar na tela.
- d) Se tocar na tela.

18. Em: “A possibilidade de tirar fotos panorâmicas **já** é **bastante** conhecida pelos usuários de iPhone. As imagens capturadas com este recurso, **principalmente** as que mostram a natureza ou algo do tipo, podem ficar **bem** interessantes.”, os termos destacados são.

- a) Advérbios.
- b) Artigos.
- c) Adjetivos.
- d) Substantivos.

19. A divisão silábica está correta, **EXCETO** em:

- a) re.ins.ta.la.ção
- b) pro.po.si.tal.men.te
- c) per.nós.ti.co
- d) exas.pe.ra.da.men.te

20. As palavras estão grafadas corretamente, **EXCETO** em:

- a) obsessão – privilégio
- b) expectativa – hesitar
- c) mendigo – pretensioso
- d) impecilho – tijela

19:22:28

GABARITO

1-B	2-A	3-B	4-C	5-A	6-B	7-D	8-C	9-D	10-A
11-C	12-B	13-C	14-A	15-D	16-B	17-C	18-A	19-D	20-D