



Caderno de Provas

PROITEC

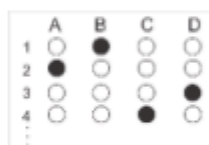
PROGRAMA DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA E CIDADANIA

Editais Nº 14/2026 – PROEN/IFRN

Data: ____/____/____

INSTRUÇÕES GERAIS PARA A REALIZAÇÃO DA PROVA

- ☐ Use apenas caneta esferográfica transparente de tinta azul ou preta.
- ☐ Escreva a data, a sua assinatura e o seu número de inscrição no espaço indicado nesta capa.
- ☐ A prova terá duração máxima de 4 (quatro) horas, incluindo o tempo para responder a todas as questões do **Caderno de Provas** e preencher a **Folha de Respostas**.
- ☐ Antes de retirar-se definitivamente da sala, entregue a **Folha de Respostas** ao fiscal.
- ☐ Este **Caderno de Provas** contém, respectivamente, 20 (vinte) questões de Língua Portuguesa, 20 (vinte) questões de Matemática e 10 (dez) questões de Ética e Cidadania.
- ☐ Se o **Caderno de Provas** contiver alguma imperfeição gráfica que impeça a leitura, comunique isso imediatamente ao fiscal, para que seja efetuada a troca do **Caderno de Provas**.
- ☐ Cada questão de múltipla escolha apresenta apenas **uma** resposta correta. Para a marcação da opção escolhida na **Folha de Respostas**, pinte completamente o campo correspondente, conforme a figura a seguir:



- ☐ Os rascunhos e as marcações feitas neste **Caderno de Provas** não serão considerados para efeito de avaliação.
- ☐ Interpretar as questões faz parte da avaliação. Portanto, não é permitido solicitar esclarecimentos aos fiscais.
- ☐ O preenchimento da **Folha de Respostas** é de sua inteira responsabilidade.
- ☐ A quantidade de questões objetivas e respectivas pontuações desta prova estão apresentadas a seguir:

<i>Disciplina</i>	<i>Número de questões</i>	<i>Pontos</i>
Língua Portuguesa	20 questões	100
Matemática	20 questões	100
Ética e Cidadania	10 questões	100
TOTAL DA PROVA	50 questões	

ASSINATURA DO/A CANDIDATO/A:

NÚMERO DE INSCRIÇÃO:

TEXTO 1

COMO A COPA DO MUNDO INFLUENCIA O CONSUMO DA TORCIDA

Segundo pesquisa da Resenha Digital e Data-Makers, 56% dos fãs de esportes dizem dar preferência às marcas que patrocinam o evento.

Bárbara Sacchitiello
18 de novembro de 2025 - 6h05

Sabemos, há anos, que a conexão dos brasileiros com a Copa do Mundo continua sendo tão forte que a empolgação da torcida não fica restrita apenas à seleção e aos craques internacionais que participam da competição. As marcas que patrocinam o evento também acabam sendo bem consideradas pelos consumidores e podem, com isso, gerar bons negócios no período.

Esse é um dos *insights* extraídos da pesquisa “A Resenha na Copa” elaborada pela Mediatech Resenha Digital junto a Data-Makers. O estudo ouviu mil pessoas, sendo todos consumidores de conteúdo esportivo, para avaliar as expectativas em relação à Copa e entender como a competição da FIFA impacta suas decisões de consumo.

De modo geral, a pesquisa apontou que a Copa do Mundo tem impactos diretos nos negócios de diferentes setores. Entre os entrevistados, 71% disseram que consomem mais produtos na época da competição esportiva, e 56% dão preferência às marcas que estejam relacionadas à Copa do Mundo, seja patrocinando e participando de alguma maneira do evento. A pesquisa perguntou diretamente aos fãs de conteúdo esportivo sobre as impressões que têm das marcas patrocinadoras da Copa e a maioria (37%) disse que passou a gostar mais ou a ter uma imagem mais positiva de uma marca pelo fato de ela ter patrocinado uma Copa do Mundo. Já 24% afirmaram que priorizam marcas que estejam envolvidas com a Copa na hora de fazer suas compras e 20% dizem

que procuram conhecer mais uma marca que esteja envolvida com o evento, enquanto apenas 19% afirmaram que um patrocínio ou apoio à competição da FIFA não afeta seus hábitos de consumo.

As marcas mais associadas à Copa

O estudo “A Resenha na Copa” também questionou os participantes, de forma espontânea, sobre quais marcas são mais associadas à Copa do Mundo. As fabricantes de materiais esportivos lideraram, em termos de menções: Adidas ficou em primeiro lugar, e Nike, em segundo. Na sequência, apareceram a Coca-Cola, Globo, Itaú e Cazé TV. Esse estudo não detalhou a quantidade de menções de cada uma.

Os participantes também comentaram sobre as ações de *marketing* mais populares em época de Copa do Mundo. A maioria (21%) citou os descontos dados de acordo com o resultado ou desempenho das seleções na competição, enquanto 18% lembraram das promoções de itens colecionáveis, como bolas ou camisetas. Os conteúdos especiais sobre a Copa, como documentários e *webseries*, foram citados por 17%, enquanto 12% citaram as promoções e sorteios que levam os clientes para assistir à Copa. Também foram citadas as edições especiais de produtos com o tema do evento (11%), anúncios com o tema de Copa (8%), parcerias com influenciadores para geração de conteúdo (5%), patrocínio oficial do evento (5%) e ativações com eventos e *shows* (3%).

A pesquisa também questionou os entrevistados sobre os itens que eles planejam consumir ou investir na época da Copa do Mundo. A maioria (76%) respondeu que pretende visitar bares ou restaurantes, enquanto 72% garantiram que vão investir na compra de *snacks* e 66% prometeram comprar doces ou

chocolates. Já 64% disseram que vão investir em internet móvel, seja para ligações ou para enviar mensagens, e 62% afirmaram que irão aproveitar o período para fazer apostas esportivas. A compra de carnes foi citada por 60%, mesmo percentual de bebidas não alcoólicas. Bebidas alcoólicas ficaram com 54% das citações.

Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/como-a-copa-do-mundo-influencia-o-consumo-da-torcida>. Acesso em: 10 abr. 2026. Texto modificado para uso nesta avaliação.

TEXTO 2



Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/518043610045047/posts/1497734712075927/>. Acesso em: 10 abr. 2026.

QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLHA - LÍNGUA PORTUGUESA

1. O título do **Texto 1**
 - A) traz uma metáfora que aponta para o tipo de consumo dos fãs de esportes.
 - B) resume a ideia central apontando o enfoque sob o qual ela será abordada.
 - C) sinaliza o processo argumentativo que será desenvolvido.
 - D) induz a uma interpretação equivocada do tema desenvolvido.
2. De acordo com o **Texto 1**,
 - A) os patrocinadores lucram, na Copa do Mundo, porque as marcas patrocinadoras empolgam mais os torcedores que a seleção.
 - B) os craques internacionais, na Copa do Mundo, priorizam mais os negócios lucrativos que seu desempenho em campo.
 - C) os patrocinadores lucram, na Copa do Mundo, porque os torcedores se envolvem também com as marcas e não só com os craques.
 - D) os craques internacionais, na Copa do Mundo, empolgam os torcedores tão somente pelas marcas que lhes patrocinam.
3. A intenção comunicativa predominante no **Texto 1** é
 - A) analisar por que as pessoas consomem determinados produtos na Copa do Mundo.
 - B) descrever os produtos esportivos mais consumidos no período da Copa do Mundo.
 - C) informar dados de uma pesquisa sobre relações de consumo na Copa do Mundo.
 - D) narrar as ações dos consumidores fãs de esportes no período da Copa do Mundo.
4. O primeiro parágrafo do **Texto 1** organiza-se, predominantemente, pelo tipo textual
 - A) narrativo.
 - B) descritivo.
 - C) argumentativo.
 - D) expositivo.
5. Os números percentuais citados ao longo do **Texto 1**
 - A) mostram o planejamento das vendas para o período da Copa do Mundo.
 - B) direcionam os hábitos de consumo dos torcedores durante a Copa do Mundo.
 - C) indicam em que os patrocinadores da Copa do Mundo irão investir.
 - D) expressam como a Copa do Mundo impacta as decisões de consumo.

Utilize o trecho a seguir para responder às questões 6 e 7.

Segundo pesquisa da Resenha Digital e Data-Makers, 56% dos fãs de esportes dizem dar preferência às marcas **QUE(1)** patrocinam o evento.

6. O elemento linguístico QUE(1) refere-se a(à)
 - A) evento.
 - B) marcas.
 - C) preferência.
 - D) esportes.
7. O elemento linguístico QUE(1) cumpre o papel de
 - A) negar uma ideia.
 - B) acatar uma ideia.
 - C) explicar uma ideia.
 - D) restringir uma ideia.

Utilize o trecho a seguir para responder às questões de 8 a 12.

Sabemos, **HÁ ANOS(1)**, **QUE(2)** a conexão dos brasileiros com a Copa do Mundo continua sendo tão forte **QUE(3)** a empolgação da torcida não fica restrita **APENAS(4)** à seleção e aos craques internacionais **QUE(5)** participam da competição. As marcas **QUE(6)** patrocinam o evento também acabam sendo bem consideradas pelos consumidores e podem, com isso, gerar bons negócios no período.

8. Sobre a organização sintática do parágrafo, é correto afirmar que
- A) apresenta dois períodos simples.
 - B) apresenta dois períodos compostos.
 - C) o primeiro período apresenta duas orações.
 - D) o segundo período apresenta cinco orações.
9. É correto afirmar que a oração “HÁ ANOS”(1)
- A) é uma oração sem sujeito.
 - B) é formada por um verbo intransitivo.
 - C) tem função de objeto direto de “SABEMOS”.
 - D) tem função de sujeito de “SABEMOS”.
10. Segundo a norma-padrão da língua portuguesa, mantendo seu sentido original, a forma verbal **HÁ(1)** pode ser substituída por
- A) tem.
 - B) existe.
 - C) têm.
 - D) existem.
11. Sobre o valor do elemento linguístico **QUE** destacado no trecho, é correto afirmar que
- A) em (3), tem valor de pronome relativo.
 - B) em (2), tem valor de conjunção subordinativa integrante.
 - C) em (5), tem valor de conjunção coordenativa explicativa.
 - D) em (6), tem valor de pronome interrogativo.
12. O uso do elemento linguístico **APENAS(4)** indica que
- A) a conexão dos brasileiros com os craques internacionais e a seleção acontece, exclusivamente, na Copa do Mundo.
 - B) a torcida só se empolga com a seleção brasileira na Copa do Mundo.
 - C) a torcida brasileira só se empolga com os craques internacionais na Copa do Mundo.
 - D) a empolgação dos brasileiros na Copa do Mundo também se expressa em outros elementos presentes no texto.
13. No **Texto 2**, a leitura da linguagem verbal e não verbal permite afirmar que
- A) a Copa do Mundo é um momento de união pela paz na sociedade.
 - B) a Copa do Mundo faz as pessoas esquecerem os problemas da vida cotidiana.
 - C) o consumo de produtos esportivos na Copa do Mundo reduz o custo de vida.
 - D) o consumo na Copa do Mundo resolve os problemas cotidianos das pessoas.

Utilize o trecho a seguir para responder às questões 14 e 15.

Adidas ficou em primeiro lugar, e Nike, em **SEGUNDO(1)**. Na sequência, apareceram a Coca-Cola,(2) Globo,(3) Itaú e Cazé TV.

14. O elemento linguístico SEGUNDO(1)

- A) refere-se ao total do conjunto das empresas mais cotadas entre os entrevistados na pesquisa realizada.
- B) refere-se ao número de vezes que a Nike foi citada pelos entrevistados na pesquisa realizada.
- C) indica a posição que a Nike ocupa na escolha dos entrevistados na pesquisa realizada.
- D) indica a quantidade total de empresas citadas pelos entrevistados na pesquisa realizada.

15. As vírgulas (2) e (3) foram utilizadas para

- A) isolar expressão de natureza conclusiva.
- B) isolar expressão de natureza explicativa.
- C) separar termos de mesma função sintática.
- D) separar adjunto adverbial deslocado.

16. A leitura do **Texto 2** permite afirmar que ele

- A) explica o envolvimento das pessoas com a Copa do Mundo.
- B) defende que a Copa do Mundo é um evento da Idade Média.
- C) informa que a Copa do Mundo está próxima.
- D) critica a empolgação das pessoas em relação à Copa do Mundo.

17. No **Texto 2**, mantendo o mesmo sentido, a palavra APAZIGUADOR poderia ser substituída por

- A) disseminador.
- B) instigador.
- C) inspirador.
- D) conciliador.

18. No **Texto 2**, a expressão DE IMPOSTOS

- A) cumpre a função de um complemento nominal.
- B) cumpre a função de um adjunto adnominal.
- C) assume o valor de uma locução adverbial.
- D) assume o valor de uma locução adjetiva.

19. O elemento que relaciona os **textos 1 e 2** entre si é o

- A) registro informal.
- B) gênero textual.
- C) tipo textual.
- D) recorte temático.

20. Quanto ao gênero textual, os **textos 1 e 2** são, respectivamente,

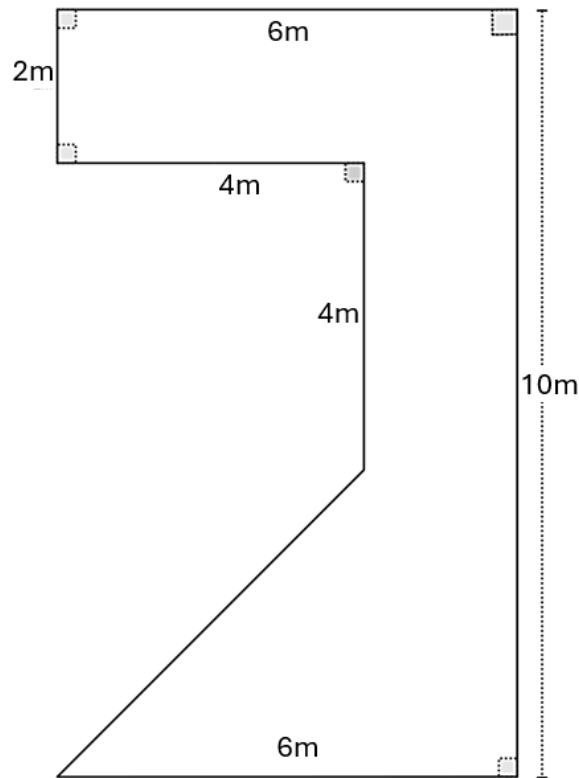
- A) comentário e tirinha.
- B) notícia e charge.
- C) reportagem e anedota.
- D) editorial e cartum.

QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLHA - MATEMÁTICA

21. De acordo com o **Texto 1**, a pesquisa “A Resenha na Copa” ouviu um total de 1.000 pessoas. Sabendo que 71% dos entrevistados afirmaram que consomem mais produtos na época da Copa do Mundo, é correto afirmar que o número de pessoas entrevistadas que pretendem aumentar seu consumo nessa época é de
- A) 71.
 - B) 77.
 - C) 701.
 - D) 710.
22. No **Texto 1**, a entrevista sobre os itens que pretendem consumir durante o período da Copa do Mundo indicou que 60% dos entrevistados citaram a compra de carnes e o mesmo percentual citou bebidas não alcoólicas. Se somarmos os dois percentuais, o resultado ultrapassa 100%. Matematicamente, isso ocorre porque
- A) os dados foram coletados de forma errada.
 - B) o número total de entrevistados foi alterado.
 - C) uma mesma pessoa pode ter escolhido mais de uma opção.
 - D) a porcentagem deve ser calculada sobre o total de 2.000 pessoas.
23. Dos participantes da pesquisa mencionada no **Texto 1**, apenas 190 afirmaram que um patrocínio ou apoio à competição da Fifa não afeta seus hábitos de consumo. Ao escolher aleatoriamente um dos 1.000 participantes da pesquisa, a probabilidade de ele ser um dos torcedores que afirmaram que o patrocínio afeta seus hábitos de consumo é de
- A) 81%.
 - B) 19%.
 - C) 56%.
 - D) 37%.
24. Uma fabricante de materiais esportivos deseja ampliar a sua produção de bolas para vender no período da Copa do Mundo. Considere que ela pretende pegar um empréstimo de R\$ 10.000,00 para financiar sua produção a uma taxa de juros simples de 24% ao ano, pretendendo iniciar o pagamento após 3 meses. Nessas condições, o montante a ser pago pela fábrica será de
- A) R\$ 10.200,00.
 - B) R\$ 600,00.
 - C) R\$ 10.600,00.
 - D) R\$ 11.000,00.
25. Um torcedor decidiu comprar lanches (L) e refrigerantes (R). Ele comprou o dobro de refrigerantes em relação aos lanches e comprou um total de 12 itens. Matematicamente, a opção que representa a situação descrita é
- A) $L + R = 12$ e $L = 2R$.
 - B) $L + R = 12$ e $R = 2L$.
 - C) $L - R = 12$.
 - D) $2L + R = 12$.

26. Suponha que um dos bares mencionados no **Texto 1** planeja uma nova área VIP para receber os torcedores. A planta baixa do projeto, vista de cima, mostra que o espaço será uma figura composta por dois setores: um em formato de "L" e outro em formato de trapézio, conforme Figura 01.

FIGURA 01



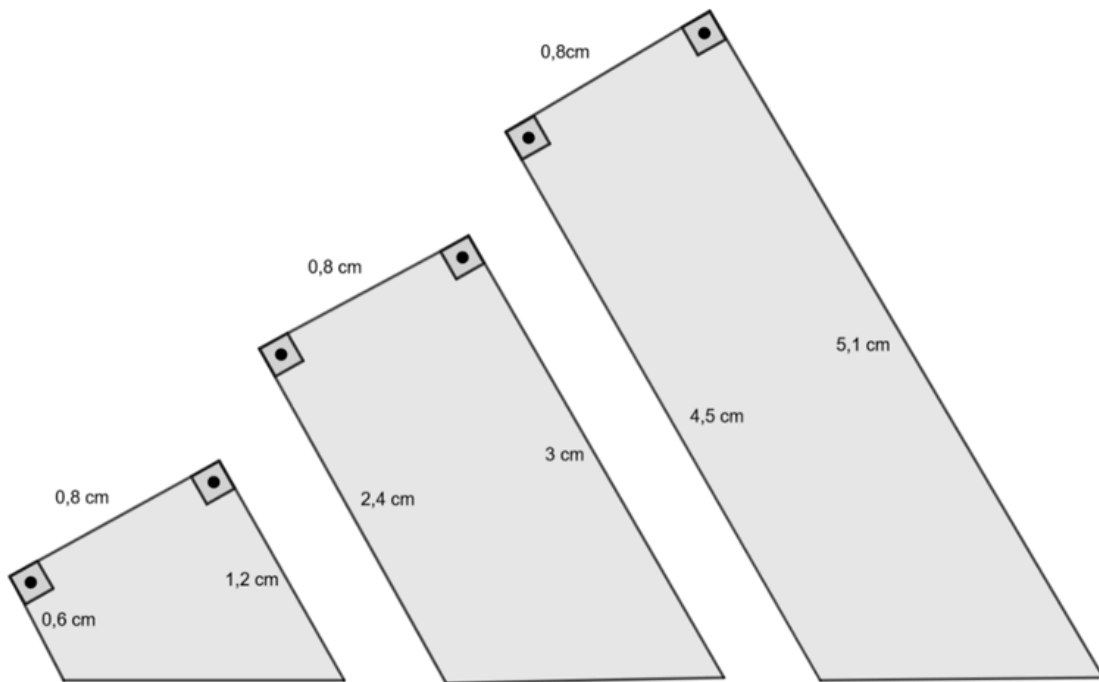
Fonte: FUNCERN, 2026.

De acordo com as dimensões da Figura 01, a área total destinada à nova área VIP é de

- A) 32 m².
B) 28 m².
C) 36 m².
D) 30 m².
27. Segundo o **Texto 1**, o estudo intitulado “A Resenha na Copa” identificou, de forma espontânea, seis marcas mais associadas à Copa do Mundo: Adidas, Nike, Coca-Cola, Globo, Itaú e Cazé TV. Considere que, em uma segunda etapa da pesquisa, um entrevistador passou a apresentar exatamente essas seis marcas como opções fixas e solicitou que cada participante escolhesse apenas uma delas. Admitindo que, nessa nova situação, todas as marcas tenham a mesma chance de serem escolhidas, a probabilidade de um entrevistado selecionar a marca Cazé TV é
- A) $\frac{1}{6}$
B) $\frac{1}{2}$
C) $\frac{1}{3}$
D) $\frac{1}{5}$

28. De acordo com o **Texto 1**, a Adidas ficou em primeiro lugar em termos de menções. A logomarca da Adidas é formada por três trapézios conforme a Figura 02.

FIGURA 02



Fonte: FUNCERN, 2026.

- Com base nas dimensões da Figura 02, é correto afirmar que o perímetro da logomarca da Adidas é
- A) 19,2m.
B) 22,2m.
C) 20,2m.
D) 21,2m.
29. Segundo o **Texto 1**, a pesquisa sobre hábitos de consumo, durante a Copa do Mundo, indicou que 76% dos entrevistados pretendem visitar bares ou restaurantes, enquanto 54% afirmaram que pretendem consumir bebidas alcoólicas nesse período. Com base nessas informações, a razão entre a quantidade de pessoas que pretendem consumir bebidas alcoólicas e a quantidade de pessoas que pretendem visitar bares ou restaurantes é
- A) $\frac{27}{38}$
B) $\frac{9}{19}$
C) $\frac{38}{27}$
D) $\frac{19}{9}$

30. Suponha que durante o período da Copa do Mundo, uma loja lançou uma promoção para a compra de televisores, permitindo que o pagamento fosse realizado após alguns meses. Um modelo de TV, cujo preço à vista é de R\$ 3.200,00, pode ser pago integralmente, ao final de 6 meses, com incidência de juros simples de 3% ao mês. Considerando essas condições, o valor total a ser pago ao final desse período será de
- A) R\$ 3.840,00.
 - B) R\$ 3.920,00.
 - C) R\$ 3.980,00.
 - D) R\$ 3.776,00.
31. Suponha que uma marca deseja instalar um telão retangular cuja área é de 24 m^2 , para que os torcedores possam assistir aos jogos da Copa. Sabe-se que o comprimento é de 2 metros maior que a largura (x). Para encontrar as dimensões do telão, deve-se resolver a equação
- A) $x^2 + 2x - 24 = 0$
 - B) $x^2 - 2x + 24 = 0$
 - C) $2x + 2 = 24$
 - D) $x + 2 = 24$
32. Imagine que certo investidor aplicou R\$ 1.000,00 em ações de uma empresa de material esportivo a juros compostos de 10% ao ano. Ao final de 24 meses, o montante será de
- A) R\$ 1.200,00.
 - B) R\$ 1.210,00.
 - C) R\$ 1.100,00.
 - D) R\$ 1.300,00.
33. No **Texto 2**, o personagem que representa o súdito menciona três problemas: aumento de impostos, má gestão e alto custo de vida. Se cada um desses problemas gerasse 12 reclamações por dia, ao final de uma semana (7 dias), o total de reclamações seria de
- A) 84.
 - B) 252.
 - C) 36.
 - D) 120.
34. Em uma loja especializada em produtos da marca Adidas, observa-se que, mantendo seu ritmo médio de vendas, a loja leva de 30 dias para esvaziar completamente o estoque disponível. Durante o período da Copa do Mundo, devido ao aumento da demanda por artigos esportivos, verificou-se um crescimento de 50% no volume diário de vendas, sem reposição de mercadorias ao longo desse intervalo. Nessas condições, o novo tempo médio para que o estoque seja totalmente esgotado será de
- A) 20 dias.
 - B) 15 dias.
 - C) 10 dias.
 - D) 25 dias.

35. O **Texto 2** retrata o futebol, representado pela bola, como um elemento capaz de apaziguar multidões. A Figura 03 apresenta uma bola de futebol padrão, utilizada em eventos esportivos, na qual é possível identificar diferentes regiões poligonais em sua superfície.

FIGURA 03



Fonte:

Disponível em: https://pt.pngtree.com/similar-png/soccer-ball-icon-simple-style_5223961.html.

Acesso em 30 jun. 2026.

As regiões identificadas na bola correspondem a polígonos do tipo

- A) triângulos e pentágonos.
- B) hexágonos e heptágonos.
- C) hexágonos e pentágonos.
- D) heptágonos e pentágonos.

Utilize o texto abaixo para responder às questões 36 e 37.

A Copa do Mundo de 2026 contou com 48 seleções, sendo a maior da história, com um total de 104 partidas ao longo de toda a competição. Na fase inicial, as equipes foram distribuídas em grupos, somando 72 jogos apenas nessa etapa. Considere que cada partida possui duração regulamentar de 90 minutos sem acréscimos e prorrogações.

36. Expresso em horas, o tempo total regulamentar de jogos da primeira fase é
- A) 96.
 - B) 84.
 - C) 108.
 - D) 120.
37. Expresso em segundos e em notação científica, o tempo total regulamentar de todas as partidas da competição é
- A) $5,616 \cdot 10^5$
 - B) $5,616 \cdot 10^6$
 - C) $6,616 \cdot 10^6$
 - D) $6,616 \cdot 10^5$

38. Na fase de grupos da Copa do Mundo, cada grupo é composto por 4 seleções, que jogam entre si, totalizando 6 partidas. Em um determinado grupo, após os 5 primeiros jogos, um estatístico observou que a média era de 3 gols por partida. Considerando que, no último jogo desse grupo, foram marcados 9 gols, é correto afirmar que a média final de gols por partida ao término das 6 partidas foi de
- A) 4.
 - B) 3.
 - C) 5.
 - D) 6.
39. Suponha que a FIFA deseje confeccionar *souvenirs* para a Copa do Mundo de 2026 e, nesses objetos, pretenda representar o ano da competição, utilizando algarismos romanos. Nessas condições, o número que deverá ser utilizado é
- A) DXXIIIIII.
 - B) MMXXIIIIII.
 - C) DXXVI.
 - D) MMXXVI.
40. Em uma das entradas de um estádio durante a Copa do Mundo, acessam 20 pessoas por minuto. Considere que passam por essa entrada x pessoas. Nesse contexto, o tempo total gasto, em minutos, na entrada dessas pessoas é representado pela expressão
- A) $\frac{x}{20}$
 - B) $20x$
 - C) $\frac{x}{10}$
 - D) $10x$

QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLHA - ÉTICA E CIDADANIA

41. A abordagem dada ao tema no **Texto 1**

- A) secundariza a questão dos direitos e da cidadania, ao tratar os cidadãos brasileiros apenas como consumidores.
- B) aborda a cidadania, ao falar de consumo como um direito, embora não destaque em momento algum a palavra cidadão.
- C) valoriza a questão da cidadania, ao focar nos objetivos dos entrevistados na pesquisa acerca das suas tendências de consumo.
- D) destaca a questão dos direitos do cidadão, ao tratar os entrevistados como pessoas, o que indica que elas já exercem a cidadania plena.

Utilize o trecho a seguir, retirado do Texto 1, para responder à questão 42.

A maioria **(21%)(1)** citou os descontos dados de acordo com o resultado ou desempenho das seleções na competição,[...].

42. O percentual de 21%(1) apresentado

- A) permite concluir que essa é a parcela que tem mais consciência de sua condição como cidadão, pois associa futebol e custo de vida.
- B) revela que, para essa parcela, apoiar sua seleção de futebol, é um gesto cidadão, pois seu êxito impacta nos preços dos produtos.
- C) indica que as pessoas desse estrato têm mais consciência de que a cidadania passa pelo patriotismo, com reflexos na sua vida cotidiana.
- D) representa mais um dado, que compõe o resultado da pesquisa e não significa que essa parcela de entrevistados exerça a cidadania.

Utilize o trecho a seguir, retirado do Texto 1, para responder à questão 43.

O estudo ouviu mil pessoas, sendo todos consumidores de conteúdo esportivo, para avaliar as expectativas em relação à Copa e entender como a competição da FIFA impacta suas decisões de consumo.

43. Considerando o trecho em destaque e os objetivos da pesquisa, é correto afirmar que

- A) ser consumidor é um direito do cidadão e, desde que tenha condições, cabe a ele definir os critérios que adota para comprar alguma coisa, independentemente das influências externas.
- B) o fato de considerar as influências externas para decidir o que vai comprar impede a pessoa de exercer sua cidadania plena, uma vez que essa submissão é uma imposição, o que fere o princípio básico da autonomia.
- C) os órgãos promotores de eventos esportivos valorizam os princípios éticos, pois auxiliam os consumidores na sua decisão de comprar os produtos de marcas que patrocinam tais eventos.
- D) ser influenciado pela propaganda de produtos associados ao evento fere os princípios básicos e fundamentais que estruturam a ética, além de impossibilitar o exercício da cidadania.

44. Com base no **Texto 2**, a ordem dada pelo rei representa uma

- A) solução efetiva para o problema da alta dos preços e do custo de vida.
- B) estratégia que garante a participação do povo nas decisões políticas.
- C) solução efetiva que elimina o conflito entre povo e poder.
- D) estratégia que mascara os problemas sociais apresentados.

45. Considerando o diálogo entre os dois personagens e a decisão do rei, é correto afirmar que, especificamente nesse caso, está representada uma característica de uma monarquia
- A) constitucional.
 - B) absolutista.
 - C) eletiva.
 - D) parlamentarista.

Utilize o trecho a seguir para responder à questão 46.

O mundo vive, atualmente, um grande dilema entre consumo e meio ambiente, pois quanto mais se consome, mais se destroem os recursos naturais e maior é o volume de lixo produzido.

46. Em eventos da magnitude de uma Copa do Mundo, esse dilema
- A) é reduzido, pois a atenção aos danos ambientais e o respeito às medidas de prevenção já estão naturalizados pelos consumidores.
 - B) aumenta, mas não afeta o meio ambiente, porque é um evento pontual que só ocorre a cada quatro anos.
 - C) aumenta, pois intensifica a oferta, a demanda, o consumo e, conseqüentemente, o desperdício por produtos industrializados.
 - D) é reduzido, pois a parcela da população que participa desses eventos já é consciente quanto aos danos que o consumismo provoca à natureza.

Utilize o trecho a seguir para responder à questão 47.

A Lei nº 7.716/1989 (Lei do Racismo) no Brasil tipifica crimes resultantes de preconceito de raça, cor, etnia, religião ou origem, tornando-os inafiançáveis e imprescritíveis. A pena é de reclusão de 2 a 5 anos, incluindo casos de injúria racial, que passou a ser equiparada ao racismo em 2023.

47. No Brasil, é fato que
- A) a lei não alcança o mundo do futebol, porque é voltada para casos de racismo entre cidadãos comuns, isentando jogadores e treinadores dos times.
 - B) essa lei é desnecessária, uma vez que o racismo é praticamente inexistente já que a maioria dos jogadores é negra.
 - C) os casos de racismo no futebol brasileiro são tão insignificantes que não se encaixam nos termos definidos pela Lei do Racismo.
 - D) apesar de inúmeros casos entre jogadores, não houve ainda nenhuma punição rigorosa que possa ser considerada aplicação da lei nos termos definidos.

Utilize o trecho a seguir para responder à questão 48.

A realização de um grande evento esportivo, como a Copa do Mundo traz muitos benefícios para a cidade que o sedia e aumenta as oportunidades de emprego e renda, com foco em logística, turismo, comércio e eventos, com contratação de pessoas para trabalharem no setor de serviços no período do certame.

48. Com base nessa afirmação, é correto afirmar que o regime de trabalho predominante nas contratações para um evento como a Copa do Mundo de futebol é
- A) temporário, com garantias trabalhistas.
 - B) efetivo, sem garantias trabalhistas.
 - C) temporário, sem garantias trabalhistas.
 - D) efetivo, com garantias trabalhistas.

Utilize o trecho a seguir para responder à questão 49.

Ser cidadão é pertencer a um Estado-Nação, usufruindo de direitos (civis, políticos, sociais e culturais) e cumprindo deveres estabelecidos em lei. Envolve, além de respeitar as normas coletivas, ter consciência do papel individual na sociedade e participar ativamente na vida política e na construção do bem comum.

49. Com base nessa afirmativa, a cidadania é um(a)

- A) conquista que necessita que o cidadão esteja em permanente alerta visando a sua defesa e sua ampliação.
- B) princípio garantido pela sociedade a uma pessoa desde o seu nascimento e dispensa qualquer ação em sua defesa.
- C) direito que só pode ser exercido quando a pessoa já adulta ingressa no mundo do trabalho e começa a pagar impostos.
- D) conquista que, uma vez consolidada, desobriga o poder político da responsabilidade de sua própria manutenção.

Considere as duas situações a seguir para responder à questão 50.

Situação 1: A caminho do estádio de futebol, Arthur, torcedor do Brasil, comprou um picolé, desembalou, amassou a embalagem, procurou uma lixeira, mas não havia nenhuma próxima a ele. Olhou para um lado, olhou para o outro e, reparando que não havia ninguém por perto, sem vacilar, soltou o papel, seguiu degustando seu picolé e entrou no estádio para assistir à partida.

Situação 2: Minutos depois, Francisco, torcedor do Japão, que enfrentaria o Brasil, parou no mesmo sorveteiro em que Arthur parara, comprou também um picolé, desembalou, amassou a embalagem, procurou uma lixeira, mas não havia nenhuma próxima a ele. Olhou para um lado e para o outro, percebeu que ninguém o observava, ponderou, enfiou o papel no bolso e entrou no estádio para assistir à partida, degustando seu picolé.

50. Analisando as situações 1 e 2, do ponto de vista da ética, é correto afirmar que

- A) Francisco agiu de maneira antiética, pois guardou a embalagem no bolso, ao não encontrar uma lixeira para descartá-la.
- B) Arthur agiu de maneira antiética porque condicionou o descarte do papel ao fato de que ninguém o incomodaria por essa ação.
- C) Francisco feriu os princípios éticos, uma vez que guardou a embalagem e não reclamou à administração do estádio sobre a falta de lixeiras.
- D) Arthur seguiu os princípios da ética, pois partiu da ideia de que a embalagem seria uma entre tantas que tinham sido descartadas na rua.

