



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – EDITAL 08/2012

Realização:



# EXAME DE PROFICIÊNCIA DE LEITURA EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

DATA: 26/05/2012

HORÁRIO: das 14 às 17 horas

## CADERNO DE PROVA

Idioma:

**ESPAANHOL**

Área de Pesquisa:

**(1) CIÊNCIAS BIOLÓGICAS, CIÊNCIAS  
AGRÁRIAS E CIÊNCIAS DA SAÚDE**

### LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES

- Esta prova é constituída de um texto técnico-científico em língua estrangeira, seguido de 5 (cinco) questões abertas relativas ao texto apresentado.
- É permitido o uso de dicionário impresso, sendo vedados troca ou empréstimo durante a realização do Exame.
- As respostas deverão ser redigidas em português e transcritas para a **Folha de Respostas**, utilizando caneta esferográfica, **tinta preta** ou **azul, escrita grossa**.
- A Folha de Respostas** será o único documento válido para correção, não devendo, portanto, conter rasuras.
- Será eliminado o candidato que se identificar em outro espaço além daquele reservado na capa da **Folha de Respostas** e/ou redigir as respostas com lápis grafite (ou lapiseira).
- Nenhum candidato poderá entregar o Caderno de Prova e a Folha de Respostas antes de transcorridos 60 minutos do início do Exame.
- Em nenhuma hipótese, haverá substituição da **Folha de Respostas**.
- Ao encerrar a prova, o candidato entregará, obrigatoriamente, ao fiscal da sala, o Caderno de Prova e a Folha de Respostas devidamente assinada no espaço reservado para esse fim.

## Los colores de la comida sana



01 Están en muchos lugares de trabajo. Las máquinas expendedoras de comida y bebida son un recurso fácil para alimentarse entre horas o para comidas más fuertes. El problema es que normalmente se recurre a opciones poco sanas como la bollería o los dulces. Sin embargo, detrás de estas vitrinas hay más opciones, quizás no tan visibles. Investigadores del Hospital General de Massachusetts (EEUU) han establecido un programa simple y barato con el que han logrado que los usuarios de estas máquinas se decanten por productos más saludables.

05 ¿Qué es lo primero que elige cuando va a la máquina de comida de su trabajo? Puede que piense que se trata de una elección voluntaria, y quizás caprichosa. Pero a la hora de elegir un aperitivo debe tener en cuenta que el marketing influye en nuestro cerebro y que los productos ubicados a la altura de sus ojos son los que finalmente suelen terminar en sus manos.

10 Un ejemplo de que se puede dar la vuelta a la tortilla sin grandes gastos es la iniciativa que publica la revista 'American Journal of Public Health'. A lo largo de nueve meses, nutricionistas y expertos en marketing del Hospital General de Massachusetts (EEUU) establecieron una serie de medidas en la cafetería de este hospital. La intervención se realizó en dos fases. En la primera, establecieron un código de colores para los alimentos y bebidas. De esta manera, los productos (comida o bebida) que contenían más calorías y grasas saturadas llevaban una pegatina roja, los que estaban en un nivel intermedio, una amarilla y los que eran más saludables, una verde.

15 A esta medida se unió la implantación de unos carteles informativos explicando qué significaba el código de colores y con cuánta frecuencia se podía consumir un producto de cada color y la diferencia de calorías entre unos y otros. Por ejemplo, las bebidas con una pegatina roja contenían 200 o más kilocalorías, leche entera en los productos lácteos o cinco o más gramos de grasas saturadas por envase.

20 Seis meses después, los investigadores decidieron llevar a cabo la segunda fase del programa que se focalizó en las bebidas frías, los sandwiches preparados y los fritos. En este sentido, se reorganizaron las cinco máquinas refrigeradas que había en la cafetería para que los productos más saludables (agua, bebidas dietéticas y los lácteos bajos en grasa) quedaran a la altura de los ojos de los usuarios y las bebidas más calóricas por debajo de éstos. Además, se colocaron botellas de agua en todas las máquinas, antes sólo estaban en dos de las cinco existentes, y se situaron cinco cestas más con agua al lado de los alimentos.

25 Por otro lado, los sandwiches vegetales se colocaron en un lugar más visible, por encima o a la altura de los ojos. Las patatas y otros fritos se ubicaron en dos estantes adyacentes, y se pusieron las de etiqueta amarilla por encima de las que tenían pegatina roja.

30 Tras analizar los datos al finalizar el periodo de seguimiento (nueve meses), se observó que durante la fase I las ventas de productos con pegatina roja se redujeron un 9,2% y la de las bebidas rojas, un 16,5%. A ese descenso hay que sumar el que se produjo durante la segunda fase, un 4,9% para los primeros y un 11,4% para los segundos. El consumo de los alimentos verdes aumentó un 4,5% y el de bebidas saludables un 9,6% durante el primer periodo, ascenso que siguió en la segunda tanda de medidas con un 0,8% y un 4%, respectivamente.

35 "Nuestros resultados demuestran que una simple intervención basada en un código de color para etiquetas aumentó las ventas de productos saludables y disminuyó las de los menos sanos en una cafetería de un gran hospital sin cambiar el precio ni la variedad de productos. Una intervención sobre la arquitectura de la elección mejoró la visibilidad de los productos saludables e implementó la eficacia de ese etiquetado. Estas iniciativas podrían trasladarse fácilmente a otros entornos alimenticios", afirman los autores en su estudio.

**EM HIPÓTESE ALGUMA, SERÁ CONSIDERADA A RESPOSTA NESTE CADERNO.**

Depois de fazer a leitura do texto, responda as questões a seguir em português.

**QUESTÃO 01** - Que problema mencionado no texto os investigadores do hospital tentavam resolver?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 02** - O que influencia, segundo o texto, a opção dos consumidores na hora de escolher uma comida nas máquinas de venda automática de comida e bebida?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 03**- “[...] *establecieron un código de colores para los alimentos y bebidas*” (l. 14 e 15). Explique este procedimento destacado em negrito, especificando em que momento da pesquisa ocorreu e informando onde a pesquisa foi implementada.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 04** - Quando começou a segunda fase do programa e o que foi feito nesta etapa?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 05** - Em quanto aumentou o consumo de alimentos verdes e de bebidas saudáveis na segunda fase do programa?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---