

Leia o texto e responda as questões de acordo com as informações fornecidas.

## **Youth of Brazil, Russia, and U.S. View the Internet as Convenient, Fun, Necessary, Safe, and Social, According to IDC Study**

Aug. 9, 2006 – Like television for a previous generation, the Internet is quickly becoming the principal mode of information and communication for today's youth. Young people now turn to the Internet to read the news, chat with their friends, play games, download music, and to shop. To better understand how this generation views the Internet, and to explore how these views vary across cultures, IDC, in conjunction with RKM Research and Communications, recently completed an innovative study of 15- to 24-year olds in the United States, Brazil, and Russia. The implications of the strength of the Internet versus television as a communication medium are significant for media and advertisers alike as they try to find a balance between the more static pushed content and user-generated or -controlled content.

Using both explicit and implicit measures of attitude and behavior, IDC measured the strength of association between the Internet, television, and key positive and negative attributes among youth of the three countries. In general, the study found relatively strong associations between television and the negative concepts presented (e.g., inconvenient, boring, etc.). In contrast, the associations with the Internet tended to be positive (e.g., fun, necessary, etc.), although weaker than the associations between television and the negative concepts.

"The growing acceptance of the Internet as a central fixture in the lives of young people has significant economic implications, provided that future Internet adopters continue to view the Internet as safe," said Carol Glasheen, vice president of IDC's Quantitative Research Group. "Much of this success will depend on the ability of advertisers and marketers to understand and address the perceptions and concerns of the current youth population."

In comparisons across the three countries, Brazilian Internet-savvy youth use the Internet more on a daily basis than do American or Russian youth, although American youth are more likely to use the Internet every day. Nearly all Russian Internet-savvy youth use the Internet to obtain news, while they tend to shop online less than their Brazilian and American counterparts. Among the implicit findings, American Internet-savvy youth have generally weaker

associations with the Internet than do Brazilian or Russian youth, suggesting that American youth may take the Internet for granted.

The IDC study presents the results of a recent survey of 302 15 to 24 year olds in the United States, Brazil, and Russia on how they view the Internet. The report's findings include how much time youths from each country spend on the Internet and watching television and what they do or watch while pursuing each activity. The report also examines the implicit attitudes toward each medium in those surveyed.

<http://home.businesswire.com> Adaptado.

## 73 E

A Internet

- a) proporciona uma maior interação social do que a TV para os jovens americanos.
- b) incita um comportamento semelhante dos usuários no mundo, pois os jovens a consideram informativa.
- c) é consultada todos os dias por cidadãos, que também assistem à TV diariamente.
- d) proporciona a facilidade de compras on-line no Brasil e nos Estados Unidos.
- e) é bem vista por pessoas de 15 a 24 anos nos países pesquisados.

### **Resolução**

*A leitura do texto nos permite inferir que a Internet é bem vista por pessoas de 15 a 24 anos nos países pesquisados.*

## 74 D

A pesquisa sobre a Internet na Rússia, no Brasil e nos Estados Unidos

- a) revelou que a população está preocupada com o uso excessivo da Internet.
- b) tem por objetivo incentivar o consumo na Internet por parte dos jovens usuários.
- c) indicou que os publicitários subestimam a Internet e preferem a TV como meio de comunicação.
- d) quantificou o tempo que os jovens pesquisados gastam com a Internet e com a TV em cada país.
- e) constatou que os usuários acima de 24 anos são os que menos acessam a Internet.

### **Resolução**

*A pesquisa sobre a Internet na Rússia, no Brasil e nos Estados Unidos quantificou o tempo que os jovens pesquisados gastam com a Internet e com a TV em cada país.*

*No texto:*

*"The report's findings include how much time youths from each country spend on the Internet and watching television and what they do or watch while pursuing*

each activity.”

## 75 A

Os jovens pesquisados

- a) tenderam a associar a Internet a atributos favoráveis.
- b) preferem assistir à TV antes de acessar a Internet.
- c) consideraram, em grande parte, a Internet repetitiva, apesar de necessária.
- d) apresentaram um conceito negativo em relação a alguns programas de TV.
- e) estão preocupados com a segurança na Internet, que ainda é deficiente.

### Resolução

Os jovens pesquisados tenderam a associar a Internet a atributos favoráveis.

No texto:

“In contrast, the associations with the Internet tended to be positive (e.g., fun, necessary, etc.)...”

## 76 C

Segundo o texto,

- a) os jovens usam a Internet para obter informações, o que explica o declínio da leitura de jornais.
- b) o principal uso da Internet concentra-se em interações com os amigos e em conhecer novas pessoas.
- c) atualmente, a Internet desempenha o papel que a televisão desempenhou para a geração anterior.
- d) os jovens preferem a Internet devido à interatividade e ao conteúdo estático gerado pelo usuário.
- e) os adultos preferem a TV pois ainda não aprenderam a usar a Internet com competência.

### Resolução

Segundo o texto, atualmente, a Internet desempenha o papel que a televisão desempenhou para a geração anterior.

No texto:

“Like television for a previous generation, the Internet is quickly becoming the principal mode of information and communication for today’s youth.”

## 77 B

No trecho do primeiro parágrafo *The implications of the strength of the Internet versus television as a communication medium are significant for media and advertisers alike as they try to find a balance between the more static pushed content and user-generated or -controlled content*, as palavras **as** significam, em português, respectivamente,

- a) como; como.
- b) como; à medida que.
- c) enquanto; como.

d) até; quando.

e) à medida que; tanto quando.

### Resolução

No trecho do primeiro parágrafo – “As implicações da força da Internet versus televisão **como** meio de comunicação são significativas para a mídia e para os anunciantes **à medida que** eles tentam encontrar um equilíbrio entre o conteúdo mais estático e o conteúdo gerado ou controlado pelo usuário.” –, as palavras “as” significam, em português, respectivamente, **como; à medida que**.

## 78 D

No trecho do quarto parágrafo ... *although American youth are more likely to use the Internet every day*, a palavra *likely* indica

- a) preferência.
- b) desejo.
- c) similaridade.
- d) probabilidade.
- e) superioridade.

### Resolução

No trecho do quarto parágrafo – “... embora os jovens americanos tenham maior probabilidade de usar a Internet todo o dia ...” – a palavra “likely” indica probabilidade.

• likely = provável, provavelmente

## 79 A

No trecho final do último parágrafo *The report also examines the implicit attitudes toward each medium in those surveyed*, a palavra *those* se refere

- a) aos 302 participantes da pesquisa.
- b) tanto à Internet como à TV.
- c) a todos os jovens de 15 a 24 anos.
- d) aos idealizadores da pesquisa.
- e) aos internautas dos países pesquisados.

### Resolução

No trecho final do último parágrafo – “O relatório também examina as atitudes implícitas em relação a cada meio de comunicação dos entrevistados.” –, a palavra **those** se refere aos 302 participantes da pesquisa.

## 80 E

Ao comparar as respostas dos jovens dos três países, a pesquisa mostra que

- a) os americanos usam a Internet por mais tempo todos os dias.
- b) os russos são mais informados sobre a Internet embora não confiem em portais de compras.
- c) os americanos não diferenciam a TV da Internet pois ambas fazem parte de sua vida.

- d) os americanos investem mais dinheiro em computadores e Internet.
- e) os brasileiros fazem mais compras pela Internet que os russos.

### **Resolução**

*Ao comparar as respostas dos jovens dos três países, a pesquisa mostra que os brasileiros fazem mais comprar pela Internet do que os russos.*

*No texto:*

*"Nearly all Russian Internet-savvy youth use the Internet to obtain news, while they tend to shop online less than their Brazilian and American counterparts."*

## **81** **©**

Segundo a vice-presidente do IDC,

- a) as conclusões da pesquisa servirão para alertar os pais dos jovens e os educadores.
- b) os jovens universitários consideram a Internet segura no Brasil, na Rússia e nos Estados Unidos.
- c) os especialistas em propaganda e marketing devem se inteirar do papel da Internet na vida dos jovens.
- d) os provedores de acesso à Internet terão implicações econômicas negativas caso concentrem seu produto nos jovens.
- e) os órgãos governamentais dos três países deverão zelar pela segurança na Internet para que esta se torne um setor da economia.

### **Resolução**

*Segundo a vice-presidente do IDC, os especialistas em propaganda e marketing devem se inteirar do papel da Internet na vida dos jovens.*

*No texto:*

*"Much of this success will depend on the ability of advertisers and marketers to understand and address the perceptions and concerns of the current youth population."*

## **Inglês**

*O exame de Inglês da PUC-SP/2007 apresentou, como de praxe, um único e longo texto retirado de site da Internet, cujo tema é a própria Internet.*

*Com questões de nível médio, exigindo do candidato prática em leitura e compreensão de texto em Língua Inglesa, a prova mostrou-se adequada aos alunos egressos do Ensino Médio.*