



24 de Janeiro de 2010

CARGO Nº 51

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO JÚNIOR

N.º DO CARTÃO

NOME (LETRA DE FORMA)

ASSINATURA

INFORMAÇÕES / INSTRUÇÕES:

1. Verifique se a prova está completa: questões de números 1 a 20.
2. A compreensão e a interpretação das questões constituem parte integrante da prova, razão pela qual os fiscais não poderão interferir.
3. Preenchimento do **Cartão-Resposta**:
 - Preencher para cada questão apenas uma resposta
 - Preencher totalmente o espaço ☐ correspondente, conforme o modelo: ☐
 - Usar caneta esferográfica, escrita normal, tinta azul ou preta
 - Para qualquer outra forma de preenchimento, a leitora anulará a questão

**O CARTÃO-RESPOSTA É PERSONALIZADO.
NÃO PODE SER SUBSTITUÍDO, NEM CONTER RASURAS.**

Duração total da prova: 4 horas e 30 minutos

Anote o seu gabarito.

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.



EMBRANCO

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1. Em cerimônias oficiais do governo, são necessárias diversas providências, a exemplo de hasteamento de bandeira, execução do hino nacional e conferência da ordem de precedência. Dentre outras, tais atividades são de responsabilidade do cerimonial, cujas funções são relacionadas nas seguintes sentenças:

- I. Organizar solenidades, definindo a ordem de precedência e a formação da mesa, observando as normas protocolares.
- II. Observar a legislação, as regras, os costumes e os preceitos, promovendo um comportamento padrão da cerimônia.
- III. Definir e assegurar as honrarias, homenagens e privilégios de convidados e autoridades.
- IV. Redigir o cerimonial conforme a legislação vigente e as normas de protocolo nacionais e internacionais, quer em empresas públicas ou privadas.
- V. Promover festas e eventos, cuidar da publicidade e das promoções, atendendo, principalmente, a imprensa e os convidados importantes.

- A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
B) As assertivas I, II, III e IV estão corretas.
C) Apenas a assertiva I está correta.
D) Todas as assertivas estão corretas.
E) Apenas a assertiva II está correta.

2. “O impensável aconteceu. Diante de 35 mil torcedores, o Coritiba não teve competência para vencer o Fluminense e com um empate em 1 a 1, deu o pior desfecho possível no ano em que completou 100 anos de existência. (...) Torcida invade o gramado e protagoniza cenas lamentáveis Alguns torcedores do Coritiba, que fizeram uma festa linda no começo do jogo, transformaram o gramado num campo de batalha ao final da partida. Alguns invadiram o campo e partiram para cima do trio de arbitragem e dos jogadores e integrantes da comissão técnica do Fluminense. As agressões foram bárbaras e a polícia não conseguiu conter a torcida. Torcedores e policiais foram feridos por cadeiras arremessadas no gramado. Após alguns minutos, a tropa de

choque da polícia chegou e houve um confronto em campo. Balas de borracha foram usadas para conter destemperados torcedores Coxas insatisfeitos com o rebaixamento”. Gazeta do Povo, 06.12.2009.

O episódio que gerou prejuízos financeiros e feriu a imagem do clube, inclusive internacionalmente, chama a atenção para um fenômeno de massa. Do ponto de vista da comunicação, a análise dos agrupamentos humanos permite que se afirme que:

- I. São características da multidão: irracionalidade, agrupamento inesperado e espontâneo, ausência de individualidade e impulsividade.
- II. Público pode ser definido como um grupo de pessoas com objetivos comuns, alta racionalidade, pouco sugestível, cuja formação prescinde da presença física e que produz seus próprios meios de informação.
- III. Opinião pública é expressa pela opinião da maioria.
- IV. Massa se caracteriza por alta racionalidade, baixa influência dos meios de comunicação e alta individualidade.
- V. Opinião do público se refere a expressão da opinião de um pequeno grupo de pessoas, reunidas em forma de massa ou multidão.

- A) Apenas as assertivas I e III estão corretas.
B) Apenas a assertiva I está correta.
C) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
D) Todas as assertivas estão corretas.
E) Apenas a assertiva II está correta.

3. Você foi contratado como assessor de comunicação de uma indústria de alimentos para resolver a seguinte situação: um boato se espalhou pela internet difamando um lote de refeições infantis em pote. O boato tomou grandes proporções e, a princípio, a reação da empresa foi bastante negativa, rebatendo duramente as acusações e ignorando as investidas da imprensa em obter informações. Amostras dos produtos analisadas pelo Ministério da Saúde não apontaram qualquer problema ou risco para a saúde. Agora, a empresa deseja resgatar a credibilidade do produto e melhorar a imagem de sua marca junto ao mercado.

Das alternativas abaixo, quais representam um raciocínio **CORRETO** para um planejamento de comunicação?



- I. Convocar uma coletiva de imprensa, apresentar o laudo do Ministério da Saúde e estar disponível para atender todas as solicitações dos responsáveis pelos veículos de comunicação.
- II. Fazer uma campanha publicitária de valorização da marca e do produto alvo da difamação.
- III. Publicar um comunicado nos principais veículos de comunicação, responsabilizando a imprensa e os órgãos oficiais pela disseminação do boato.
- IV. Realizar uma pesquisa de satisfação com o público infantil a respeito dos produtos.
- V. Realizar uma campanha de Responsabilidade Social associada ao produto.
- A) Apenas a assertiva V está correta.
B) Apenas a assertiva I está correta.
C) Apenas a assertiva II está correta.
D) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
E) Todas as assertivas estão corretas.
4. Dentre as teorias da comunicação de massa, destaca-se a escola funcionalista. Conforme os estudos dessa corrente, as articulações internas dos meios de comunicação de massa estabelecem a distinção entre gêneros e meios específicos, o que acentua as *funções* exercidas por esse sistema. Assim, do conjunto de suas características, é correto afirmar que:
- I. O professor de psicologia Harold D. Laswell representa um importante nome da escola, tendo defendido, dentre outras idéias, que a mídia afeta o público com seu conteúdo e que os conteúdos da mídia se inserem a partir dos contextos social, cultural e ideológico.
- II. A escola surge na primeira metade do século XX, abordando estudos da publicidade e da propaganda política e questões de jornalismo e opinião pública, na busca por tornar a linguagem política e publicitária mais eficaz
- III. O estudo científico do processo comunicativo tende se a concentrar em algumas das seguintes interrogações: Quem? Diz o quê? Através de que canal? Com que efeito?
- IV. A conclusão dos estudos dessa teoria aponta que as pessoas não buscam conteúdos que tenham a ver com o que pensam.
- V. A idéia central da teoria funcionalista configura-se na construção analítica dos fenômenos que investiga.
- A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
B) Apenas a assertiva I está correta.
C) Todas as assertivas estão corretas.
D) Apenas a assertiva II está correta.
E) Apenas as assertivas I, II e III estão corretas.
5. “As investigações sobre as causas do apagão que deixou cerca de 90 milhões de pessoas sem luz em 18 estados brasileiros estão apenas começando, e os especialistas que trabalharam nas investigações anteriores estimam que ainda vai demorar alguns meses para que se saiba exatamente o que aconteceu no dia de 10 de novembro. Mas, no governo, em questão de dias, já se produziram pelo menos duas explicações para o episódio. Ambas atribuem a responsabilidade a intempéries climáticas. Na primeira hipótese, um raio teria provocado um curto-circuito que interrompeu o fornecimento de energia em três linhas de transmissão ao mesmo tempo – um evento tão improvável que não se discute, nem na academia nem nas empresas do setor, procedimentos para evitá-lo. Outra possibilidade é que chuvas fortes tenham danificado o isolador de tensão numa subestação de Furnas”. EXAME 02.12.2009 p.43.
- Diante do caso, ocorreu um inevitável prejuízo sobre a imagem e credibilidade da empresa fornecedora de energia elétrica. O excesso de informações e a falta de precisão dos motivos que levaram ao apagão requer uma atuação especializada no relacionamento com a imprensa. Dessa forma, das assertivas abaixo, quais fazem parte da política da assessoria de imprensa?
- I. Restabelecer as relações com a imprensa, promovendo canais sólidos e confiáveis, tornando-se fonte de informação respeitada e solícita.
- II. Monitorar as informações divulgadas pela mídia, gerando informações do ponto de vista da empresa fornecedora de energia.
- III. Analisar as informações divulgadas, visando ao planejamento de um programa de assessoria de imprensa, em conformidade com o planejamento estratégico da organização, prevendo ações futuras para retomada da credibilidade da prestação de serviços juntos aos públicos.
- IV. Contratar uma agência de publicidade para implementar uma campanha junto aos órgãos do governo.
- V. Orientar os líderes acerca de entrevistas e posicionamento junto aos meios de comunicação.



- A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
B) Todas as assertivas estão corretas.
C) Apenas a assertiva I está correta.
D) Apenas as assertivas I, II e III estão corretas.
E) Apenas a assertiva II está correta.
6. No mercado, as atividades de comunicação são realizadas por bacharéis em Comunicação Social e outros profissionais das mais diferentes áreas, tais como Administração, Direito, Marketing e Economia. No entanto, para uma prática segura, transparente e ética a formação em comunicação habilita e qualifica o exercício especializado e diferenciado para cada necessidade das organizações e para cada público, democratizando o acesso às informações e promovendo a cidadania. Conforme a legislação vigente, os profissionais habilitados para exercer a comunicação devem atender a alguma das seguintes áreas de formação:
- Profissionais de qualquer área, desde que portadores do título de especialista, podem obter registro no Ministério do Trabalho para exercer as funções de relações públicas, publicidade e propaganda ou jornalismo.
 - Jornalista. Profissional graduado em comunicação social ou outras áreas, com registro no Ministério do Trabalho, com exigência do diploma, pelo Supremo Tribunal Federal, desde o dia 17 de junho de 2009.
 - Relações públicas. Profissional graduado em comunicação social. Habilitação regulamentada conforme a lei 5377, de 11.12.1967, sendo obrigatório o registro profissional.
 - Publicidade e propaganda. Profissão não regulamentada, que, no entanto, deve ser exercida com o registro do Ministério do Trabalho.
 - Jornalista. Profissional graduado em comunicação social ou outras áreas, com registro no Ministério do Trabalho, sem exigência do diploma, pelo Supremo Tribunal Federal, desde o dia 17 de junho de 2009.
- A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
B) Apenas a assertiva I está correta.
C) Apenas as assertivas I, II e III estão corretas.
D) Apenas a assertiva II está correta.
E) Apenas as assertivas III, IV e V estão corretas.
7. Desde a eleição do ex-presidente Collor de Melo, em 1989, após o período militar, as

eleições no Brasil, em todos os níveis, acontecem mediante o uso bastante intenso de técnicas de *marketing* político, desenvolvido por agências publicitárias, relações públicas, assessorias de imprensa e profissionais liberais de todas as áreas. Com base nessa força, a máquina eleitoral é capaz de construir ou destruir um candidato, influenciando o público eleitor, criando mitos e influenciando o resultado de uma eleição. Considerando esta afirmativa:

- Pode-se dizer que marketing político e propaganda eleitoral têm as mesmas funções no que se refere à defesa das idéias de um candidato.
 - Dentre os recursos disponíveis para investimento na campanha de um candidato – revertendo em sua ascensão – é possível receber doações, correspondentes a até 30% do faturamento de empresas públicas ou privadas.
 - No processo de reeleição, a legislação permite que o candidato utilize recursos do horário de propaganda eleitoral gratuito, ampliando seu espaço no programa.
 - A imagem que o diferencia dos demais candidatos é fator irrelevante para a determinação do grau de memorização do eleitorado no decorrer da campanha.
 - Marketing político pode ser definido como um conjunto de técnicas e procedimentos que tem por objetivo adequar um candidato ao seu eleitorado potencial, diferenciando-o de seus adversários por características melhores e marcantes e construindo imagem favorável a determinado modelo social.
- A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.
B) Apenas a assertiva I está correta.
C) Apenas a assertiva II está correta.
D) Apenas a assertiva V está correta.
E) Todas as assertivas estão corretas.

8. A comunicação interna representa um dos maiores desafios para empresas de todos os segmentos. Uma política bem estruturada, voltada para a valorização dos funcionários e para o acesso e qualidade da informação, é crucial inclusive para a comunicação com públicos externos, tais como clientes, fornecedores, órgãos do governo, comunidade e concorrência. Para a organização de tal política (comunicação interna), as empresas contam com diversos instrumentos. A respeito dos instrumentos de comunicação interna é correto afirmar que:



- I. Uma política de comunicação interna tem por objetivo promover o equilíbrio do clima interno por meio de análise e monitoração do ambiente.
- II. O planejamento de comunicação interna prevê a utilização de técnicas combinadas, dirigidas e estruturadas a partir do planejamento estratégico da empresa e das atividades que se voltam à disseminação de informações da organização (livre fluxo) e à valorização dos indivíduos.
- III. O mascote – instrumento bastante utilizado em campanhas internas, pode ser entendido como personagem (objeto ou ser) escolhido para representar visual e positivamente um conceito ou uma idéia e deve fixar positivamente a imagem da empresa, de seus produtos ou serviços, junto aos públicos, visando à formação de uma opinião favorável.
- IV. Como técnica, as homenagens são prova de reconhecimento, gratidão, importância, admiração ou outro sentimento intenso e positivo produzidas para determinada pessoa por meio de variadas formas de celebração, eventos ou registros. Têm como objetivo fortalecer o relacionamento da empresa com os públicos por meio de reconhecimento público a determinada pessoa, à qual se confere destaque por razões valorizadas.
- V. A técnica de datas comemorativas visa ao registro e à comemoração de datas de grande importância para determinado público da organização, tendo como objetivo utilizar datas comemorativas e de grande significado para o público, objetivando retorno de imagem para a empresa.

A) Todas as assertivas estão corretas.

B) Apenas a assertiva V está correta.

C) Apenas as assertivas I e II estão corretas.

D) Apenas a assertiva I está correta.

E) Apenas a assertiva II está correta.

9. “Que imagem do mundo fornecem os noticiários televisivos? Como se associa essa imagem às exigências quotidianas da produção de notícias, nos organismos radiotelevisivos?” (Golding – Elliot, 1979)

Essas perguntas expõem os problemas de que se ocupa a abordagem do *newsmaking*. Em função disso, podem-se considerar funções da imprensa:

- I. Na seleção de acontecimentos a serem transformados em notícia, os critérios de relevância independem das combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícias, que indicam a seleção de um fato.

- II. A notícia é produto de um processo organizado que representa a divulgação de acontecimentos. A escolha dos fatos noticiáveis envolve relações estreitas e privilegiadas nos órgãos de informação.
- III. Organizar temporal e espacialmente o trabalho, de modo que os acontecimentos noticiáveis possam fluir, atendendo a um critério lógico e ordenado.
- IV. Exige-se do jornalista rotinizar a tarefa de informar, de forma que a relação valor/notícia permita que a seleção do material seja executada com rapidez, de modo quase automático – e que essa seleção se caracterize por certo grau de flexibilidade e de comparação.
- V. Um dos critérios de importância e noticiabilidade é ser possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento comum.

A) Apenas as assertivas I e II estão corretas.

B) Apenas a assertiva I está correta.

C) As assertivas III e IV estão corretas.

D) Apenas a assertiva II está correta.

E) Todas as assertivas estão corretas.

10. Estrategicamente, no contexto da comunicação organizacional, a principal atuação do profissional de relações públicas deve ser:

- I. Organizar festas e encontros com os principais atores envolvidos no processo de comunicação, tais como jornalistas e formadores de opinião.
- II. Assessorar o corpo dirigente na implementação de políticas internas e externas, voltadas para a construção da identidade e da imagem da organização.
- III. Coordenar equipes de editoração e jornalistas, na concepção de *house-organs* e na divulgação da organização junto à imprensa.
- IV. Elaborar pesquisas de mercado, mapeando o interesse dos públicos-alvo da empresa e desenvolvendo inovações que atendam às prováveis demandas.
- V. Promover eventos internos e externos, com o objetivo de congregar os funcionários com o meio social, fortalecendo a imagem da organização.

A) Apenas a assertiva II está correta.

B) Apenas as assertivas I e II estão corretas.

C) Apenas a assertiva I está correta.

D) Apenas a assertiva II está correta.

E) Todas as assertivas estão corretas.



PORTUGUÊS

Leia o texto abaixo, que servirá de base para as questões 11, 12 e 13.

DA DIFICULDADE DE TRADUZIR O TÍTULO DO FILME *HOUE UMA VEZ DOIS VERÕES*

Jorge Furtado

Não conheço filme sem título, uma prática comum nas artes plásticas. Eu mesmo escolhi os títulos dos meus filmes. Meu primeiro filme de longa metragem se chama *Houve uma vez dois verões*. A tradução literal para o inglês seria: *Once Upon a Time Two Summers*, mas os distribuidores sabiamente optaram pela versão mais curta, *Two Summers*.

Em português, “houve uma vez” é uma abertura clássica de narrativas, uma forma um pouco mais arcaica que o “era uma vez...”. *Googlei* “era uma vez” (dia 10 de janeiro de 2008) e encontrei 622 mil entradas, de todo tipo: nomes de sites, coleções de livros infantis etc. As 10 primeiras entradas eram de 10 sites diferentes.

Googlei “houve uma vez” e apareceram 230 mil entradas. As primeiras 51 entradas eram referência ao meu filme. A entrada 52 era sobre a expressão “houve uma vez um verão”, um convite para uma festa. “Houve uma vez dois verões”, na verdade, é um trocadilho sobre o título brasileiro de um grande sucesso do cinema, *Summer of 42*, filme de 1971 dirigido por Robert Mulligan, que no Brasil se chamou “Houve uma vez um verão”.

Acontece que, em português, este “um” antes da palavra “verão” pode ser numeral ou artigo indefinido, pode ser “a summer” ou “one summer”. Já a palavra “dois” só pode ser numeral. O eco distorcido do título do filme de Mulligan (também uma história de iniciação sexual, também com dois amigos numa temporada de verão numa praia quase deserta, também seduzidos por uma mulher mais velha) sugere claramente que aqui se trata de uma comédia.

E mais: é um erro muito frequente, em português, conjugar o verbo “haver” no plural, “houveram dois verões”, quando o certo é “houve dois verões”. Ou seja: o título em português tem também uma função didática, na medida em que, como costumam fazer os títulos, cristaliza uma expressão, informação ou grafia em formato memorável.

Estes são apenas alguns dos problemas em traduzir para o inglês o título do filme. Certamente há problemas que eu desconheço por não dominar o inglês. Talvez a expressão “two summers” tenha conotações que eu ignore, talvez seja o nome de uma conhecida casa noturna de Cambridge ou talvez a marca de um bronzeador.

Adaptado de texto postado em 21 de março de 2009 no blog pessoal do cineasta (<http://www.casacinepoa.com.br/o-blog/jorge-furtado/>). Acesso: 10/12/09.

11. Com relação ao texto, assinale a alternativa **CORRETA**:

- A) Segundo o autor, não se pode afirmar que o exercício de tradução demanda conhecimento de mundo e experiência linguística.
- B) De acordo com Jorge Furtado, a tradução para o inglês é um trabalho que altera negativamente as construções em língua portuguesa.
- C) Está implícita no texto a idéia de que a tradução é um trabalho mecânico (que não demanda reflexão). Esse trabalho apenas dificulta o entendimento da obra original, pois a maioria das expressões de uma língua são traduzidas de forma deliberadamente errada.
- D) O título *Houve uma vez dois verões* foi traduzido incorretamente para o inglês (*Two Summers*), o que despertou a fúria do cineasta, que manifesta o seu descontentamento no texto em questão.
- E) Pode-se dizer que o texto trata, basicamente, de alguns desafios que surgiram quando da tradução para a língua inglesa de um título em português (*Houve uma vez dois verões*).

12. Assinale a alternativa **INCORRETA**:

- A) Ao dizer: “Certamente há problemas que eu desconheço por não dominar o inglês. Talvez a expressão “two summers” tenha conotações que eu ignore (...)”, o autor deixa claro que o conhecimento de mundo e o conhecimento linguístico não são relevantes durante o processo de tradução.
- B) O autor afirma que o título do seu filme (“Houve uma vez dois verões”) dialoga com o título de um filme norte-americano (cuja tradução para o português brasileiro é “Houve uma vez um verão”). Nessa linha de pensamento, fica subentendido que as alterações feitas pela tradução para o inglês do título da obra brasileira impedem que tal intertextualidade seja percebida pelos espectadores de língua inglesa, pois “Two Summers” é bastante diferente de “Summer of 42”. Isso seria um exemplo de “problema” gerado pela tradução.
- C) O autor reconhece que um trabalho de tradução envolve desafios (“problemas”). Com relação à tradução do título do seu filme, por exemplo, ele admite que muito se perdeu com a simplificação, mas não chega a apresentar uma visão condenatória. Ao contrário, afirma que “os distribuidores sabiamente optaram pela versão mais curta, “Two Summers””.
- D) Pode-se dizer que Jorge Furtado reconhece que o trabalho de tradução é altamente desafiador, envolvendo fatores socioculturais e seleções terminológicas nem sempre fáceis de serem feitas.
- E) Não é possível dizer que Jorge Furtado escreveu o seu texto como forma de condenar os tradutores que adaptaram o título do filme *Houve uma vez dois verões* para o inglês. O autor reconhece as dificuldades inerentes ao processo (que geram problemas de diferentes ordens).



13. Com relação ao texto, pode-se **AFIRMAR** que:

- A) O autor diz que não podem existir obras de arte sem título.
- B) O uso do verbo “googlar” confere ao texto um caráter científico, característica do veículo em que foi publicado, um *blog* pessoal.
- C) O título *Two Summers* também gera teias de intertextualidade, uma vez que é o nome de uma casa noturna badalada.
- D) A expressão “O eco distorcido do título do filme de Mulligan” faz referência ao título *Houve uma vez dois verões*.
- E) Jorge Furtado entende que títulos de obras de arte precisam ter uma função didática; caso contrário, apresentam problemas.

Leia o texto a seguir, para responder às questões 14, 15, 16, 17 e 18.

O QUE FALTA PARA SERMOS LÍDERES

Apesar das conquistas, o país enfrenta obstáculos na infraestrutura, na educação e no papel do Estado.

Paulo Moreira Leite

Para uma nação que, desde 1500, é descrita como aquela “onde se plantando tudo dá”, nas palavras do escrivo Pero Vaz de Caminha, a visão de país do futuro já é motivo de desconfiança, ironia e até irritação. A verdade é que, entre observadores de prestígio e analistas conceituados, cresce a convicção de que o Brasil é um país que pode sair bem da crise atual do capitalismo – e chegar mais à frente numa condição melhor do que exibia no início, num processo semelhante ao que viveu nos anos 30, após o colapso da Bolsa de 1929.

Arquiteto e engenheiro da prosperidade do “milagre econômico”, o ex-ministro Antonio Delfim Netto está convencido de que “o Brasil tem pela frente uma possibilidade de crescimento seguro, sem risco, por pelo menos uma geração”. Para o empresário e economista Luiz Carlos Mendonça de Barros, ministro das Comunicações no governo de Fernando Henrique Cardoso, insuspeito de simpatias pelo governo Lula, “não há dúvida de que o mundo vai oferecer muitas oportunidades estratégicas ao Brasil, nos próximos anos. A única dúvida é saber se saberemos aproveitá-las”.

Hoje, apenas 7,6% da humanidade pode ser enquadrada numa categoria social vagamente definida como “classe média”. Para as próximas décadas, essa condição pode atingir 16% da população mundial, ou 1,2 bilhão de pessoas. No século XVIII, quando a Europa aquecia os fornos a carvão da Revolução Industrial, que moldaria a civilização mundial de hoje, a China produzia perto de 30% da riqueza do planeta, e a Índia 15%. Após dois séculos de declínio, esses povos retomam seu lugar – e é esse processo em curso, nos próximos anos, que

definirá oportunidades e necessidades de todo o planeta, inclusive no Brasil.

“O Brasil tem tudo para ser protagonista do século XXI”, diz Delfim Netto, numa frase que tem lá seu parentesco com o otimismo do escrivo Caminha. Mas há algum sentido. A urbanização acelerada do planeta elevará em até 50% a demanda por alimentos importados – num mercado garantido para o crescimento das exportações brasileiras. No terreno da energia, os laboratórios de todo o mundo buscam uma alternativa ao petróleo e aos demais combustíveis fósseis. Até agora, nenhuma opção deixou a fase do experimentalismo e não se sabe quando isso vai ocorrer. Mesmo o etanol, que funciona tão bem no Brasil, não é uma saída definitiva no plano mundial, pois exigiria canaviais para mover indústrias, armamentos, computadores, foguetes, navios – além de carros de passeio.

Como ninguém deixará de acender a luz nem de andar de automóvel até que se chegue a uma nova matriz energética, por várias décadas a humanidade seguirá movendo-se a petróleo – abundante nas costas brasileiras do pré-sal, a ponto de já colocar o país na condição de exportador mundial.

Para realizar o futuro prometido, o Brasil terá de reformar o Estado. “Vamos ter de modernizar o governo”, diz Delfim Netto. Esse trabalho inclui rever as diferenças de renda, segurança e estabilidade entre funcionários públicos e privados, além de uma reforma na Previdência. Hoje, por causa de distorções como essas, o Estado brasileiro custa caro, funciona mal e trabalha na direção errada. Sem uma intervenção rápida e decisiva por parte dos governantes, o país do futuro talvez demore outros 509 anos a chegar.

Adaptado da revista *Época*, nº 575.

14. Com relação ao conteúdo do texto, assinale a alternativa **CORRETA**:

- A) Pode-se afirmar que as opiniões do autor são muito parecidas com as de Antonio Delfim Netto, pois ambos veem como certo o sucesso do Brasil enquanto “país do futuro”.
- B) O trecho “no terreno da energia, os laboratórios de todo o mundo buscam uma alternativa ao petróleo e aos demais combustíveis fósseis” apresenta um típico problema de incoerência interna.
- C) O tom de desconfiança presente na abertura do texto (que utiliza a carta de Caminha como argumento histórico) é retomado no último parágrafo, quando o autor afirma, de modo enfático, que “sem uma intervenção rápida e decisiva por parte dos governantes, o país do futuro talvez demore outros 509 anos a chegar”.
- D) É possível dizer que o autor vê o futuro do Brasil com um olhar bastante temeroso, pois entende que muito precisa ser feito para que o país “decole”. Por outro lado, é errado dizer que Paulo Moreira Leite critica o Brasil atual.
- E) Ao afirmar que “por várias décadas a humanidade seguirá movendo-se a petróleo”, o autor deixa implícito que são inúteis as pesquisas que envolvem biocombustíveis.



15. Observe as proposições abaixo e assinale a alternativa **CORRETA**:

- I. Segundo o texto, Brasil, China e Índia estão num mesmo patamar de desenvolvimento, sendo que o primeiro tende a ser o único país a despontar, nas próximas décadas, como nação desenvolvida.
- II. De acordo com informações presentes no texto, menos de 10% da população mundial pode ser considerada como pertencente à “classe média”, um conceito que, segundo o autor, não é definido de forma absoluta.
- III. Segundo o autor, num futuro próximo o Brasil terá lugar garantido no campo das importações de alimentos.
- IV. No campo energético, afirma Moreira Leite, o Brasil tende a enfrentar problemas, uma vez que o etanol não é a melhor solução para todas as demandas. Além disso, o petróleo do pré-sal será destinado à exportação, tão somente.

- A) Apenas I, II e III são verdadeiras.
- B) Apenas II e III são verdadeiras.**
- C) Apenas I, III e IV são verdadeiras.
- D) Apenas I é falsa.
- E) Apenas III é verdadeira.

16. Observe o seguinte período e assinale a alternativa **CORRETA**:

“Após dois séculos de declínio, esses povos retomam seu lugar – e é esse processo em curso, nos próximos anos, que definirá oportunidades e necessidades de todo o planeta, inclusive no Brasil”.

- A) A expressão “esses povos” faz referência a Brasil, China e Índia.
- B) O período apresenta um problema de regência verbal. O correto seria: “Após dois séculos de declínio, esses povos retomam ao seu lugar – e é esse processo em curso, nos próximos anos, que definirá oportunidades e necessidades de todo o planeta, inclusive no Brasil”.
- C) Não é possível deslocar a expressão “nos próximos anos” para o final do período (“Após dois séculos de declínio, esses povos retomam seu lugar – e é esse processo em curso que definirá oportunidades e necessidades de todo o planeta, inclusive no Brasil, nos próximos anos”), pois isso acarreta um problema de coerência externa.
- D) O trecho pode ser reescrito, sem prejuízo ao sentido original, da seguinte forma: “Passados dois séculos de declínio, esses povos retomam seu lugar, e é esse processo em curso, nos anos vindouros, que definirá oportunidades e necessidades do mundo todo – no Brasil, inclusive.”**

- E) O trecho pode ser reescrito, sem prejuízo ao sentido original, da seguinte forma: “Dois séculos depois do declínio, os povos anteriormente citados, inclusive o Brasil, voltaram às posições iniciais – e tal processo, no futuro, definirá oportunidades e necessidades em todo o globo”.

17. Assinale a alternativa **INCORRETA**:

- A) Se a palavra “até” for retirada do trecho “a visão de país do futuro já é motivo de desconfiança, ironia e até irritação”, haverá problema de paralelismo sintático.**
- B) Se a palavra “até” for retirada do trecho “a urbanização acelerada do planeta elevará em até 50% a demanda por alimentos importados” o sentido original é alterado.
- C) É possível substituir “para” por “a fim de” no trecho “Para realizar o futuro prometido, o Brasil terá de reformar o Estado”.
- D) No trecho “como ninguém deixará de acender a luz nem de andar de automóvel até que se chegue a uma nova matriz energética”, é possível substituir “como” por “uma vez que” ou “já que”.
- E) O trecho “sem uma intervenção rápida e decisiva por parte dos governantes, o país do futuro talvez demore outros 509 anos a chegar” pode ser assim reescrito, sem prejuízo com relação ao conteúdo: “caso não haja uma intervenção rápida e decisiva por parte dos governantes, o país do futuro talvez demore outros 509 anos a chegar”.

18. Assinale a alternativa **CORRETA**:

- A) “Para o empresário e economista Luiz Carlos Mendonça de Barros, ministro das Comunicações no governo de Fernando Henrique Cardoso, insuspeito de simpatias pelo governo Lula (...)”; o trecho sublinhado é um vocativo.
- B) Em “Hoje, por causa de distorções como essas, o Estado brasileiro custa caro, funciona mal e trabalha na direção errada”, a vírgula colocada após “hoje” pode ser substituída por ponto e vírgula (;).
- C) “Arquiteto e engenheiro da prosperidade do “milagre econômico”, o ex-ministro Antonio Delfim Netto está convencido (...)”; o trecho sublinhado é um exemplo de apostrofo.**
- D) Em “Mesmo o etanol, que funciona tão bem no Brasil, não é uma saída definitiva no plano mundial” é possível retirar as vírgulas, sem prejuízo do sentido original.
- E) A expressão “pelo menos”, em “o Brasil tem pela frente uma possibilidade de crescimento seguro, sem risco, por pelo menos uma geração”, pode ser retirada sem prejuízo do sentido original.



Leia o fragmento de texto a seguir, extraído do *Manual de Redação da Presidência da República*, Parte I, cap. I, 2002, e responda às questões 19 e 20.

“O QUE É REDAÇÃO OFICIAL

Em uma frase, pode-se dizer que redação oficial é a maneira pela qual o Poder Público redige atos normativos e comunicações. Interessa-nos tratá-la do ponto de vista do Poder Executivo.

A redação oficial deve caracterizar-se pela impessoalidade, uso do padrão culto de linguagem, clareza, concisão, formalidade e uniformidade. Fundamentalmente esses atributos decorrem da Constituição, que dispõe, no artigo 37: “A administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (...)”. Sendo a publicidade e a impessoalidade princípios fundamentais de toda administração pública, claro está que devem igualmente nortear a elaboração dos atos e comunicações oficiais.

Não se concebe que um ato normativo de qualquer natureza seja redigido de forma obscura, que dificulte ou impossibilite sua compreensão. A transparência do sentido dos atos normativos, bem como sua inteligibilidade, são requisitos do próprio Estado de Direito: é inaceitável que um texto legal não seja entendido pelos cidadãos. A publicidade implica, pois, necessariamente, clareza e concisão.”

Fonte: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/manual/manual.htm. Acesso: 10/11/09.

19. Segundo o texto:

- A) A impessoalidade e a clareza estão entre os princípios a serem adotados na redação oficial; obscuridade e inteligibilidade são inconcebíveis na redação de qualquer ato normativo.
- B) Formalidade e uniformidade de tratamento, bem como clareza, concisão e uso de estilo literário ou jornalístico são atributos fundamentais da redação oficial.
- C) As marcas individuais daquele que comunica ou daquele que recebe a comunicação bem como o caráter pessoal do assunto/tema sempre estarão presentes nos documentos oficiais.
- D) Na preparação de documentos oficiais, o Poder Público deve agir em conformidade com o Poder Executivo, cujo ponto de vista sempre prevalecerá, por mais pessoal que seja, seguindo o princípio da moralidade.
- E) Qualquer natureza de um ato normativo, por mais obscura e absurda que seja, deve ser escrita com transparência e inteligibilidade, pois é inaceitável que um texto legal não seja compreendido pelos cidadãos.

20. Considerando que a publicidade é um princípio a ser obedecido pela administração pública, conforme dispõe a Constituição, no art.37, e que deve ser entendida por todos os cidadãos, atente para a campanha do Ministério da Saúde divulgada em

2009, por ocasião da gripe *Influenza* H1N1, e avalie as afirmações abaixo sobre o objetivo dessa campanha. Em seguida, marque a alternativa CORRETA:

Influenza A (Gripe Suína):

Se você esteve ou manteve contato com pessoas da área de risco e apresenta os seguintes sintomas:

- Febre alta repentina e superior a 38 graus.
- Tosse.
- Dor de cabeça.
- Dores musculares e nas articulações.
- Dificuldade respiratória.

Entre em contato imediatamente com o Disque Epidemiologia: **0800-283-2255**.

Evite a contaminação:

- Quando tossir ou espirrar, cubra sua boca e nariz com lenço descartável. Caso não o tenha utilize o antebraço.
- Se utilizar as mãos lave-as rapidamente com água e sabão.
- O uso de máscaras é indicado para prevenir contaminações.

BRASIL. Ministério da Saúde, 2009 (adaptado).

- A) O texto da campanha institucional obedece ao art. 37 da Constituição no quesito publicidade, que deve implicar “necessariamente clareza e concisão”: fica claro o objetivo de convocar toda a população para se submeter a exames de detecção da gripe suína.
- B) O texto da campanha institucional obedece ao art. 37 da Constituição no quesito publicidade, que deve implicar “necessariamente clareza e concisão”: fica claro o objetivo de orientar a população sobre os sintomas da gripe suína e sobre os procedimentos para evitar a contaminação.
- C) O texto da campanha institucional obedece ao art. 37 da Constituição no quesito publicidade, que deve implicar “necessariamente clareza e concisão”: fica claro o objetivo de descrever a situação do país em relação à gripe suína com vistas a solucionar esse problema social.
- D) O texto da campanha institucional obedece ao art. 37 da Constituição no quesito publicidade, que deve implicar “necessariamente clareza e concisão”: fica claro o objetivo de informar/alertar a população sobre os riscos de uma iminente pandemia.
- E) O texto da campanha institucional obedece ao art. 37 da Constituição no quesito publicidade, que deve implicar “necessariamente clareza e concisão”: fica claro o objetivo de esclarecer a população sobre todos os recursos dos quais o Ministério da Saúde dispõe para tratar da doença.

This image shows a full page of blank, lined paper. It features approximately 20 evenly spaced horizontal black lines across the entire width of the page, typical of notebook or legal stationery. The background is a solid off-white color.

