

CONCURSO PÚBLICO

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SEAD
FUNDAÇÃO PARAENSE DE RADIODIFUSÃO – FUNTELPA



EDITAL Nº. 01/2010 CONCURSO C – 156

INSTRUÇÕES

01 - Material a ser utilizado: caneta esferográfica azul ou preta. Os objetos restantes devem ser colocados em local indicado pelo fiscal da sala, inclusive aparelho celular desligado e devidamente identificado com etiqueta.

02 - Não é permitido consulta, utilização de livros, códigos, dicionários, apontamentos, apostilas, calculadoras e etc. Não é permitido ao candidato ingressar na sala de provas sem a respectiva identificação e o devido recolhimento de telefone celular, bip e outros aparelhos eletrônicos.

03 - Durante a prova, o candidato não deve levantar-se, comunicar-se com outros candidatos e nem fumar.

04 - A duração da prova é de 04 (quatro) horas, já incluindo o tempo destinado à entrega do Caderno de Provas e à identificação – que será feita no decorrer da prova – e ao preenchimento da Folha de Respostas (Gabarito).

05 - Somente em caso de urgência pedir ao fiscal para ir ao sanitário, devendo no percurso permanecer absolutamente calado, podendo antes e depois da entrada sofrer revista através de detector de metais. Ao sair da sala no término da prova, o candidato não poderá utilizar o sanitário. Caso ocorra uma emergência, o fiscal deverá ser comunicado.

06 - O Caderno de Provas consta de 40 (quarenta) questões de múltipla escolha. Leia-o atentamente.

07 - As questões das provas objetivas são do tipo múltipla escolha, com 05 (cinco) opções (A a E) e uma única resposta correta.

08 - Ao terminar a conferência do Caderno de Provas, caso o mesmo esteja incompleto ou tenha qualquer imperfeição, o candidato deverá solicitar ao fiscal de sala que o substitua, não cabendo reclamações posteriores neste sentido.

09 - Os fiscais não estão autorizados a emitir opinião e prestar esclarecimentos sobre o conteúdo das provas. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar e decidir.

10 - O candidato poderá retirar-se do local de realização das provas levando o Caderno de Provas, no decurso dos últimos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário previsto para o seu término. O candidato poderá retirar-se do local de provas somente a partir dos 90 (noventa) minutos, após o início de sua realização, contudo não poderá levar consigo o Caderno de Provas.

11- Os 3 (três) últimos candidatos de cada sala somente poderão sair juntos. Caso o candidato insista em sair do local de aplicação da prova, deverá assinar um termo desistindo do Concurso Público e, caso se negue, deverá ser lavrado o Termo de Ocorrência, testemunhado pelos 2 (dois) outros candidatos, pelo fiscal da sala e pelo coordenador da unidade escolar.

RESULTADOS E RECURSOS

- Os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas serão divulgados na Internet, no site www.idecan.org.br, às 16h00min do dia 28 de junho de 2010.

- Os recursos deverão ser apresentados, conforme determinado no **item 13 do Edital nº. 01/2010**, sendo observados os seguintes aspectos:

a) O candidato que desejar interpor recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas disporá de **48 (quarenta e oito) horas**, a partir da divulgação, em requerimento próprio disponibilizado no link correlato ao Concurso Público no site www.idecan.org.br.

b) A interposição de recursos poderá ser feita **somente via Internet**, através do **Sistema Eletrônico de Interposição de Recursos**, com acesso pelo candidato ao fornecer os dados referentes à sua inscrição, apenas no prazo recursal ao **IDECAN**, conforme disposições contidas no site www.idecan.org.br, no link correspondente ao Concurso Público.

CARGO: PUBLICITÁRIO

TEXTO:

O Twitter e o cargo público

O último levantamento do “Politweets” aponta que 391 políticos eleitos no Brasil já aderiram ao Twitter. O número não representa a parcela de políticos presentes na rede de microblogging, visto que muitos estão sem mandato e concorrem ao pleito neste ano. Além disso, há centenas de vereadores nas mais de seis mil cidades brasileiras que ingressam na rede sem se identificar como tal.

Não há como negar, no entanto, que a cada dia, o Twitter ganha novos adeptos na política – seja para quem a faz diretamente ou simplesmente se interessa por ela – e que a ferramenta vem se consolidando como instrumento necessário para o exercício de qualquer cargo público. É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem, socializar uma agenda, divulgar um espaço (blog, site, endereço em redes sociais) e estreitar o relacionamento com a população, permitindo que ela possa acompanhar o dia a dia de seus eleitos.

O Twitter é, portanto, um facilitador para o encontro entre eleitor e eleito (ou postulante ao cargo). Não se trata de uma ferramenta que faça ganhar eleição, mas pode ajudar um candidato a perdê-la para um concorrente que esteja mais próximo do seu público, usando a rede de microblogging.

O desafio é ser ouvido: escândalos afastam o cidadão da política.

A principal função do Twitter na política é aproximar quem quer falar de quem quer ouvir e o grande desafio é ser ouvido. Com um sistema político complexo e de difícil compreensão para quem não tem intimidade com o tema, uma sucessão de escândalos envolvendo toda a sorte de partidos, o desinteresse pela política brasileira é um fato que assusta e cria um perverso círculo vicioso no qual a maioria das pessoas simplesmente detesta política e políticos. Todos são iguais, é comum ouvir, levando ao raciocínio de que a escolha, no fundo, não faz diferença – uma constatação que em última instância ameaça a própria democracia.

A esperança é que o Twitter – ainda não se sabe o real potencial transformador da ferramenta – possa fazer com que os eleitores estejam mais abertos a ouvir quem tem o que dizer sobre política. O sucesso da dinâmica desse contato exige tempo e dedicação. Portanto, uma estratégia de atuação política neste espaço vai muito além dos cinco minutos necessários para criar uma conta na rede de microblogging. É preciso ter um bom conteúdo para conquistar e manter os eleitores –usuários.

Para que possa ser útil para a política e para a democracia, o Twitter exige relacionamento transparente e engajamento de ambas as partes: sociedade e políticos.

(...)

Relacionamento em redes sociais não é como campanha, que tem começo e fim. É um trabalho que não possui prazo para terminar, o que é muito positivo – assim espera-se, visto que ainda não sabemos como será o comportamento dos hoje candidatos, amanhã eleitos.

Com o passar do tempo, a tendência é que os laços entre eleitor e eleito fiquem mais fortes, reduzindo o déficit democrático de nosso atual sistema político e promovendo a necessária participação da população nas decisões do seu representante durante todo o mandato.

O olhar para uma rede planejada e sólida poderá oferecer ao político um grande panorama das necessidades e anseios do pensamento público. Isso permitirá realizar consultas rápidas antes de uma resolução, a participação popular em projetos ainda em discussão ou ainda corrigir os rumos de algo já decidido. A pressão popular via Twitter tende a crescer e ganhar rumos ainda desconhecidos.

Tudo isso, do ponto de vista da comunicação e da estratégia política, exige um plano de implantação e, mais do que tudo, de manutenção em longo prazo.

(...)

(Larissa Squeff é estrategista de política em mídias digitais e redes sociais da Máquina Public Relations. André de Abreu é gestor da Máquina Web, unidade de mídias digitais e redes sociais da Máquina Public Relations, e membro do COM +, grupo de pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais da ECA – USP)

01) “...o Twitter ganha novos adeptos na política...” A mesma regra de acentuação que vale para política, vale também para:

- A) Além. B) Difícil. C) Conteúdo. D) Útil. E) Sólida.

02) A afirmativa em que o sinônimo da palavra destacada está INCORRETAMENTE indicado é:

- A) “... e concorrem ao pleito neste ano”. (1º§) – eleição
B) “... o Twitter ganha novos adeptos na política...” (2º§) – sectários
C) “É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem...” (2º§) – convergir
D) “... a tendência é que os laços entre eleitor e eleito...” (9º§) – propensão
E) “... um grande panorama das necessidades e anseios do pensamento público”. (10º§) – desejos

03) Observe as frases:

1. “... aponta que 391 políticos eleitos...” (1º§)
2. “... que ingressam na rede sem se identificar como tal”. (1º§)
3. “... que a cada dia...” (2º§)

CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

4. “... permitindo que ela possa acompanhar o dia a dia de seus eleitos” (2º§)
5. “... um concorrente que esteja mais próximo de seu público...” (3º§)
6. “É um trabalho que não possui prazo para terminar...” (8º§)

Nas frases citadas anteriormente o “que” aparece seis vezes; em três delas é pronome relativo. Assinale-as:

- A) 1, 2, 4 B) 2, 5, 6 C) 2, 3, 4 D) 3, 5, 6 E) 1, 4, 6

04) A alternativa em que a oração assinalada expressa “causa” é:

- A) “... na rede de microblogging, visto que muitos estão sem mandato...”
B) “... que faça ganhar a eleição, mas pode ajudar um candidato a perdê-la...”
C) “... o desinteresse pela política brasileira é um fato que assusta...”
D) “É preciso ter um bom conteúdo para conquistar...”
E) “Para que possa ser útil para a política e para a democracia, o Twitter exige relacionamento transparente...”

05) “É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem, socializar uma agenda, divulgar um espaço (blog, site, endereço em redes sociais)...” Nessa frase, as vírgulas foram utilizadas para:

- A) Separar vocativos. D) Fazer enumerações.
B) Isolar expressão repetida. E) Separar os apostos.
C) Separar adjuntos adverbiais.

06) Assinale a alternativa em que o processo de formação de palavras está indevidamente caracterizado:

- A) Desinteresse: derivação prefixal. D) Busca: derivação regressiva.
B) Eleitores-usuários: composição por aglutinação. E) Simplesmente: derivação sufixal.
C) Deslealdade: derivação prefixal e sufixal.

07) “... e que a ferramenta vem se consolidando como instrumento necessário...” Se pluralizarmos essa frase a forma verbal “vem” ficará:

- A) vêm B) vinham C) vieram D) vêm E) venham

08) O pronome “ela” destacado nas frases têm como referência, respectivamente:

“... simplesmente se interessa por ela...”

“... permitindo que ela possa...”

- A) política / ferramenta D) ferramenta / agenda
B) mensagem/ população E) política / população
C) ferramenta / mensagem

09) Segundo o texto, o uso do Twitter pode, EXCETO:

- A) Trazer uma inovação ao sistema eleitoral.
B) Melhorar a conduta do político em relação à sua plataforma governamental.
C) Ser uma ferramenta decisiva para a vitória eleitoral.
D) Estreitar os laços entre o eleitor e o eleito.
E) Promover a participação efetiva do povo nas decisões do seu governante durante todo o mandato.

10) “Relacionamento em redes sociais não é como campanha, que tem começo e fim. É um trabalho que não possui prazo para terminar, o que é muito positivo – assim espera-se, visto que ainda não sabemos como será o comportamento dos hoje candidatos, amanhã eleitos...” No parágrafo anterior verifica-se o emprego de:

- A) Linguagem padrão.
B) Linguagem conotativa.
C) Linguagem técnico-científica.
D) Linguagem conotativa em um texto com características jornalísticas.
E) Linguagem denotativa em um texto didático científico.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

11) Entre as teorias estudadas na área de comunicação no século XX, encontra-se a *newsmaking*, constatando que:

- A) Há critérios estabelecendo se uma notícia deve ser tratada detalhadamente, com destaque, pouca atenção ou completamente ignorada, estabelecendo uma filtragem da informação.
B) Diferenças no sistema social possuem função integradora e de manutenção do sistema produtivo de informação.
C) A cultura profissional dos jornalistas e a organização específica do trabalho e dos processos produtivos da informação formam blocos influenciadores e motivadores da notícia.
D) Os veículos são considerados aptos por formatar a opinião pública, manipulando a massa.
E) A mídia é responsável pela manutenção do sistema já estabelecido, agindo sobre os receptores de forma a gerar consentimento, banindo as eventuais intenções transformadoras.

12) Propaganda da cerveja Devassa Bem Loura com Paris Hilton é retirada do ar

O filme original pode ser visto na internet e o link no site You Tube, segundo a empresa, já supera os 400 mil acessos.

Ana Paula Cardoso

A campanha publicitária do grupo Schincariol para a cerveja Devassa Bem Loura, estrelada pela socialite Paris Hilton, não resistiu às três notificações emitidas pelo Conar (Conselho de Autorregulamentação Publicitária) e deixou de ser veiculada nesta segunda-feira, por tempo indeterminado.

Segundo porta-vozes da empresa, acatar a decisão do Conar não significa concordar com as acusações contidas nos processos. Em nota emitida à imprensa hoje, a Schincariol reitera “que o filme estrelado pela modelo Paris Hilton não ofende, em nenhum aspecto, a qualquer norma ou orientação emitida pelo Conar”.

(O imparcial online – 01/03/2010 - <http://www.oimparcialonline.com.br/noticias.php?id=36731>)

O problema foi motivado pelo código do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária que designa atenção especial à publicidade de bebidas alcoólicas, com a normatização ou orientação de várias medidas, dentre as quais podemos citar, EXCETO:

- A) Os atores envolvidos em propagandas para estes produtos deverão ter e parecer ter mais de 25 anos de idade.
- B) Não pode constituir o principal conteúdo da mensagem apelo à sensualidade com modelos, sendo tratados como objetos sexuais.
- C) Qualquer tipo de propaganda, até mesmo na transmissão de eventos patrocinados por bebidas alcoólicas, só podem ser veiculadas no período de 21h30 às 6h (horário local).
- D) A cláusula de advertência não é necessária em publicidades estáticas em estádios, sambódromos, ginásios e outras arenas desportivas, desde que apenas identifique o produto, sua marca ou slogan.
- E) Em rádio, a cláusula de advertência deve ser incluída no encerramento da mensagem publicitária.

13) Sobre a veiculação de propaganda, encontra-se como referência no Código de Ética da Radiodifusão Brasileira:

- A) A publicidade é reconhecida como condição básica para a existência de uma radiodifusão livre e independente, por isso, cabe as emissoras providenciar para que os comerciais sejam exibidos na íntegra e nos horários predeterminados.
- B) A publicidade comercial é aceita na radiodifusão estatal desde que em porcentagem inferior a 20% dos anúncios, sendo que o restante fica disponibilizado à divulgação cultural, educativa ou didática.
- C) As emissoras não possuem responsabilidade alguma pelos comerciais, não sendo permitido que façam consultas ao Conar sobre a viabilidade ou não de um anúncio.
- D) Os preços da publicidade são estabelecidos pelas emissoras não havendo nenhuma limitação aos valores determinados.
- E) É facultado às emissoras recusarem comerciais que contenham a participação de contratados de outras emissoras, principalmente quando forem mostrados cenários dos programas que participam.

14) O slogan é uma expressão concentrada que sugestiona uma ideia. Na composição de um slogan deve-se considerar, EXCETO:

- A) Verbos no infinitivo são muito utilizados no intuito de solidificar o slogan.
- B) O bom slogan deve ser racional, objetivo e desprovido de rimas, metáforas ou hipérboles.
- C) O slogan longo e/ou hermético não é lembrado, por isso deve ser simples, leve, curto e direto.
- D) Ao compor um slogan, devem-se enfatizar artigos, prefixos, neologismos e trocadilhos.
- E) O slogan deve ser o diferencial de uma marca.

15) Uma agência é formada por setores com especialidades distintas que agrupam profissionais com diferentes tarefas e habilidades. Nas grandes agências, principalmente, encontra-se o produtor de RTVC que possui a função de:

- A) Realizar pesquisa de *recall* ou mesmo de audiência, a fim de abastecer a agência com informações para que possa desenvolver suas campanhas em bases mais sólidas e seguras.
- B) Criação quando não se trata de uma campanha publicitária, definindo *layout* para peças impressas, *Internet*, preocupando-se com estética e harmonia das criações.
- C) Persuadir, convencer e entreter, através da produção de textos, frases, títulos, entre outros, que são inseridos nas campanhas publicitárias em desenvolvimento.
- D) Estudar detalhadamente o *briefing* e definir as estratégias e táticas a serem adotadas, o público a ser atingido e as mídias adequadas à campanha a ser produzida.
- E) Produzir cenários, contratar atores, filmar, editar o filme, tirar cópias, contratar músicos, estabelecer os efeitos sonoros, realizar mixagem, entre outras produções em peças eletrônicas.

16) “Recurso muito utilizado em peças publicitárias impressas, principalmente em documentos de muitas páginas, é o elemento visual, em design, que unifica e fortalece o material, promovendo o agrupamento de partes que seriam separadas.” A afirmativa trata-se do princípio básico de design denominado:

- A) Proximidade. B) Repetição. C) Alinhamento. D) Contraste. E) Tipologia.

17) Relacione as colunas com a adequação correta entre mídia e suas vantagens e limitações, levando-se em conta a publicidade:

1. Jornal.
2. Televisão.
3. Mala direta.
4. Rádio.
5. Revista.
6. Outdoor.

- () Taxa elevada de exposição repetitiva, pouca concorrência, mas nenhuma seletividade de audiência, além de limitações a criatividade.
- () Próprio para comunicação de massa com custo baixo e alta seletividade demográfica e geográfica, mas não oferece padronização em tabelas de preços, prendendo pouco a atenção do público e a exposição é transitória.
- () Flexível e oportuno, possui boa cobertura local de mercado com ampla aceitação e alta credibilidade, mas possui vida curta, baixa qualidade de reprodução e público reduzido.
- () Alta seletividade demográfica e geográfica, credibilidade e prestígio, com reprodução em alta qualidade e vida longa, mas não oferece geralmente garantia para a posição, e a contratação publicitária deve ser muito antecipada.
- () Personalizado, com inexistência de concorrência na mesma mídia, flexibilidade e audiência seletiva, mas o custo é relativamente elevado.
- () Apela para os sentidos alcançando grande atenção e cobertura abrangente, mas o custo é muito elevado, com grande concorrência, menor seletividade e exposição transitória.

A sequência está correta em:

- A) 4, 3, 2, 5, 1, 6 B) 1, 6, 2, 5, 4, 3 C) 3, 1, 6, 4, 2, 5 D) 6, 4, 1, 5, 3, 2 E) 2, 5, 3, 1, 6, 4

18) Entre os tipos de propaganda mais frequentes na mídia rádio, encontra-se o Spot, que pode ser definido como:

- A) A veiculação de uma ou mais vozes representando personagens reais ou fictícios.
- B) O diálogo, onde são expostos, vantagens e/ou benefícios de um determinado produto ou serviço.
- C) Uma combinação harmônica de uma mensagem comercial exibida em letra e música.
- D) Um apelo de vendas direto, simples e objetivo apresentado por uma só voz, com ou sem fundo musical.
- E) Diálogos ou dramatização, enriquecidos por efeitos sonoros, como músicas e ruído.

19) A utilização das novas mídias contidas na web exige do profissional de publicidade o conhecimento técnico dos novos equipamentos e a reação de diversos efeitos em seus formatos. No caso das cores, analise:

- I.** Os modelos mais utilizados são RGB, CMYK, HSB e Lab.
- II.** O modelo de cores HSB oferece um meio de criação independente do monitor ou impressora.
- III.** As cores primárias são as que mais se diferenciam uma das outras.
- IV.** A criação de cores no monitor se dá por meio da emissão de faixa de luz nas cores vermelho, verde e azul.

Estão corretas apenas as alternativas:

- A) I, III B) II, IV C) I, II D) III, IV E) I, IV

20) Ao optar pelo *sampling*, assinale a ação publicitária que você estará desenvolvendo para seu cliente:

- A) Promoções que objetivam estabelecer contatos mais estreitos entre anunciante e consumidor, através de distribuição de amostras de produtos, prestação gratuita de serviços, degustação de alimentos e bebidas, entre outros.
- B) Divulgação de informações de uma organização, sua marca ou produto, em veículos de comunicação distintos de forma a se assemelhar ao material jornalístico, embora se trate de um espaço pago.
- C) Comercialização de um produto ou serviço, utilizando uma propaganda de resposta direta com a utilização de peças promocionais, como anúncios, folhetos, cartas, telefone, entre outros.
- D) Promoção específica com o objetivo direto de incentivar as vendas, através de mensagens nas embalagens, cartazes, displays e bandeiras nos pontos de vendas, buscando com que o produto ou serviço se torne conhecido e desejado pelos consumidores.
- E) Um tipo específico de promoção voltada ao público interno de uma organização (vendedores, promotores e funcionários, em geral) e ao *trade* (distribuidores, atacadistas e varejistas), buscando motivá-los ao cumprimento de metas.

CONHECIMENTOS GERAIS

21) Em ano de Copa do Mundo de Futebol vale salientar que este esporte foi introduzido no Brasil no fim de 1894, por:

- A) John Mills. B) Charles Miller. C) Charles Rudge. D) Richard. E) Archie Mclean.

- 22) ***“A partir do tratado Princípios do Equador (2002), surgiram as intervenções reais do setor econômico na questão da preservação da natureza. Empresas de diversos ramos de atividade descobriram que destruir a natureza é reduzir seus próprios lucros.”*** Identifique abaixo, a informação que se torna INCOERENTE com esta assertiva:
- A) Supermercados Pão de Açúcar investiram em iniciativas sustentáveis como: uso de lâmpadas LED e carrinhos de garrafas pet recicladas.
B) A Sadia transformou os dejetos dos porcos de suas fazendas em adubo e depois em energia elétrica.
C) A General Electric lançou a linha Ecomagination com diversos produtos que vão de lâmpadas fluorescentes a motores de trem.
D) A Ford do Brasil adota volantes e painel frontal de garrafas usinadas.
E) A petroquímica Braskem no Rio Grande do Sul criou um polietileno feito com cana-de-açúcar.
- 23) ***Em 2009, o jornal Pasquim completou 40 anos e é de um cartunista deste jornal a seguinte frase: “Não adianta bater no humor, quem bate no humor, leva o humor de volta como resposta.”*** O autor dessa frase é:
- A) Ziraldo. B) Juarez Pinto. C) Nani. D) Jaguar. E) Henfil.
- 24) ***Lançado em 2005, o TMZ é hoje um dos mais conhecidos websites sobre fama, ou como eles mesmo dizem “fococas sobre celebridades.”*** Das notícias veiculadas pelo TMZ, abaixo relacionadas, marque a INCORRETA:
- A) Morte do astro pop Michael Jackson.
B) Prisão do ator Mel Gibson, embriagado.
C) Fotos da cantora Rihanna, agredida pelo namorado.
D) Fatos misteriosos sobre políticos brasileiros.
E) Áudio da secretária eletrônica de Alec Baldwin, o ator falando mal da filha.
- 25) ***Ary Moraes é jornalista com diversos prêmios de excelência gráfica e outros tantos nos principais salões de humor do nosso país. Trata-se do jornalismo visual do Brasil, onde a imagem contribui para a narrativa, no sentido de enfatizar determinados aspectos do relato. O uso deste recurso denomina-se:***
- A) Literatura. B) Infografia. C) Ilustrativa real. D) Humoral. E) Pragmáticas.
- 26) ***Este ano (2010), no Brasil, haverá eleição para Presidente da República e teremos uma candidata ambientalista, natural do Acre e que iniciou sua carreira política com Chico Mendes. Identifique-a:***
- A) Dilma Rousseff. D) Ana Júlia
B) Marina Silva. E) Ana Godoy.
C) Marta Suplicy.
- 27) ***Dados do MEC revelam que um, em cada cinco novos alunos de graduação no país, ingressa em cursos de Ensino a Distância (EAD). Sobre EAD, analise:***
- I. A metodologia utilizada oferece maior autonomia e o aluno governa mais o seu processo.
II. O MEC vem atuando fortemente, supervisionando a oferta destes cursos para que a expansão não seja apenas quantitativa, mas também qualitativa.
III. Os alunos que fazem curso a distância tem contato personalizado com os professores e tutores, por meios eletrônicos como fóruns virtuais, chats, e-mails ou até mesmo por telefone.
IV. O MEC orienta que os cursos devem ter estrutura física mínima, que inclui bibliotecas, laboratórios de informática e laboratórios pedagógicos, para os polos presenciais.
- Estão corretas apenas as afirmativas:***
- A) I, II, III, IV B) II, III, IV C) I, II, III D) I, III, IV E) II, IV
- 28) ***O Brasil é reconhecido mundialmente por seu patrimônio. É um espetáculo de cultura, histórias e belezas naturais, tais como, EXCETO:***
- A) Arte gráfica e pintura corporal dos índios Wajãpi.
B) Pantanal Matogrossense.
C) Parque Nacional do Cantagalo / Nordeste.
D) Santuário do Bom Jesus em Congonhas / Minas Gerais.
E) Centro Histórico de Salvador / Bahia.
- 29) ***“Viajar ficou mais barato.”*** Esta é a máxima das empresas de turismo, e os destinos mais procurados pelos brasileiros no exterior são:
- A) Orlando e Buenos Aires. D) Paris e Los Angeles.
B) Nova York e Canadá. E) Chile e Istambul.
C) Joanesburgo e França.
- 30) ***“O conflito no Oriente Médio perpetua-se porque não apareceu uma força capaz de romper a seguinte lógica: Israel usa o terror palestino para justificar sua brutalidade, enquanto os palestinos apelam para a opressão israelense para legitimar seus crimes.”*** (Ana Claudia Fonseca, para revista Veja)
- A operação desastrada para impedir um navio de furar o bloqueio à Faixa de Gaza foi comandada por:***
- A) Paquistão. D) Estocolmo.
B) Israel. E) Malásia.
C) Istambul.

31) Sobre a utilização de teclas de atalho no sistema operacional Windows XP (configuração padrão), analise:

- I. Windows + E – Abre o Windows Explorer.
- II. Ctrl + T – Seleciona todos os arquivos e pastas de um diretório.
- III. Ctrl + I – Imprime um arquivo selecionado.
- IV. Alt + F4 – Fecha o item ou programa ativo.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- A) I, II, III, IV B) I, II, IV C) I, III, IV D) I, II E) I, IV

32) Sobre os conceitos básicos de hardware e software, é correto afirmar que:

- A) Digitalizador ou Scanner é um periférico de entrada e saída responsável por digitalizar imagens, fotos e textos impressos para o computador.
- B) Memória RAM é um item de software imprescindível para o funcionamento de um microcomputador.
- C) A principal característica de impressoras multifuncionais é reunir, em um único equipamento, diversas funcionalidades que antes eram segregadas em dispositivos independentes, como impressora, copiadora e scanner.
- D) A capacidade de armazenamento é a principal característica que determina o desempenho de um microprocessador.
- E) USB, serial e paralela são interfaces válidas para conexão de teclados.

33) Sobre a utilização do gerenciador de correio Microsoft Outlook (versão 2007 – configuração padrão), analise:

- I. Na opção de endereçamento de mensagens “Cco...” (Com cópia oculta) uma cópia da mensagem é enviada para um ou mais destinatários e os nomes destes não ficam visíveis para outros destinatários da mensagem.
- II. O protocolo POP3 é o responsável pelo envio das mensagens e deve ser configurado no Microsoft Outlook.
- III. O Microsoft Outlook possui opção “Solicitar confirmação de leitura”, que possibilita saber quando a mensagem foi lida pelo destinatário.



- IV. A ferramenta **Anexar Item** possibilita anexar cópias de arquivos (documentos do Word, Excel etc.) de locais específicos do computador.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- A) I, II, III, IV D) I, II, III
B) I, III E) I, II, IV
C) II, III

34) A extensão padrão de arquivos do Microsoft PowerPoint (versão 2007 – configuração padrão) é:

- A) .ppt B) .pptx C) .pps D) .ppts E) .mdb

35) Sobre o conjunto de aplicativos do BrOffice.org 2.4, analise:

- I. A extensão padrão de arquivos do BrOffice.org Calc é .ods.
- II. BrOffice.org Slider é o nome da ferramenta utilizada para construção de apresentações similares as do Microsoft PowerPoint.
- III. O editor de Textos BrOffice.org Writer pode salvar documentos com extensão .doc, tornando o mesmo compatível com o Microsoft Word.
- IV. O editor de Textos BrOffice.org Writer possui recurso para exportar um documento diretamente como pdf, formato Adobe Acrobat.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- A) I, II, III, IV D) I, III, IV
B) I, II E) I, II, IV
C) III, IV

36) No sistema operacional Windows XP Professional (configuração padrão), sobre a ferramenta de Sistema “Backup”, é INCORRETO afirmar que:

- A) Um backup de arquivo é uma cópia de um arquivo armazenada em um local separado do original. Pode-se ter vários backups de um arquivo para acompanhar as alterações feitas.
- B) No aplicativo de backup, é possível o agendamento de data e hora para a realização de um backup.
- C) A recuperação de dados a partir de um arquivo de backup é denominada restauração.
- D) A extensão de um arquivo do aplicativo de backup do Windows é .bkf.
- E) “Criar ponto de restauração” é uma opção válida do assistente de backup do Windows.

37) Analise o fragmento de planilha do Microsoft Excel (versão 2007 – configuração padrão):

	E5				
	A	B	C	D	E
1	4	2	3	2	
2	2	3	5	4	
3	3	4	3	3	
4	3	1	2	4	
5					

Ao se aplicar na célula E5, a fórmula =SE(MÉDIA(A1;D4)<=3;A4+C1;D2+A3), o resultado será o seguinte valor:

- A) 2 B) 3 C) 6 D) 7 E) 9

38) Sobre a utilização de ferramentas de navegação da Internet, analise:

- I. Um navegador, também conhecido como web browser ou simplesmente browser, é um programa de computador que habilita seus usuários a interagirem com documentos virtuais da Internet, também conhecidos como páginas da web.
- II. Internet Explorer, Mozilla Firefox e Debian são exemplos de navegadores de internet.
- III. Uma URL (*Uniform Resource Locator*) em português, Localizador Padrão de Recursos, é o endereço de um recurso (um site, arquivo para download etc.), disponível em uma rede; seja a Internet ou uma rede corporativa, uma intranet.
- IV. Upload é o processo de transferência de uma cópia de arquivo em um computador remoto para um computador local, utilizando a estrutura de rede da internet.

Estão corretas apenas as afirmativas:

- A) I, II, III, IV B) I, III C) III, IV D) I, III, IV E) I, II, IV

39) Sobre o Microsoft Word 2007 (configuração padrão), é INCORRETO afirmar que:

A) Sua extensão de arquivo padrão é .doc.



B) O ícone da guia “Inserir” tem a função de inserir símbolos.

C) O comando “Salvar como...” possibilita salvar documentos em versões anteriores do Microsoft Word.



D) O ícone da guia “Revisão” tem a função de verificar a ortografia e gramática do texto no documento.

E) A combinação das teclas Ctrl+L é um atalho para o comando “Localizar e substituir”.

40) Na ferramenta Windows Explorer do sistema operacional Windows Vista Business (configuração padrão), são Modos de Exibição de Arquivos, EXCETO:

- A) Lado a lado. D) Ícones pequenos.
 B) Detalhes. E) Modificados recentemente.
 C) Lista.