

# ANALISTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**CÓDIGO: JOR03**

**CADERNO: 1**

## LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES

- 1 - A duração da prova é de 4 horas, já incluído o tempo de preenchimento do cartão de respostas.
- 2 - O candidato que, na primeira hora de prova, se ausentar da sala e a ela não retornar, será eliminado.
- 3 - Os três últimos candidatos ao terminar a prova deverão permanecer na sala e somente poderão sair juntos do recinto, após aposição em ata de suas respectivas assinaturas.
- 4 - Você **NÃO** poderá levar o **seu caderno de questões e nem copiar o gabarito (assinalamentos)**, pois a imagem do seu cartão de respostas será disponibilizado em <http://concursos.biorio.org.br> na data prevista no cronograma.

## INSTRUÇÕES - PROVA OBJETIVA

- 1 - Confira atentamente se este caderno de questões, que contém 45(quarenta e cinco) **questões objetivas**, está completo.
- 2 - Cada questão da Prova Objetiva conterà **4 (quatro) opções** e somente uma correta.
- 3 - Confira **se os seus dados pessoais** e o **emprego** escolhido, indicados no **cartão de respostas**, estão corretos. Se notar qualquer divergência, notifique imediatamente ao Fiscal de Sala ou ao Chefe de Local. Terminada a conferência, você deve assinar o **cartão de respostas** no espaço apropriado.
- 4 - Confira atentamente se o **emprego** e o **número do caderno** que constam neste caderno de questões são os mesmos do seu **cartão de respostas**. Se notar qualquer divergência, notifique imediatamente ao Fiscal de Sala ou ao Chefe de Local.
- 5 - Cuide de seu **cartão de respostas**. Ele não pode ser rasurado, amassado, dobrado nem manchado.
- 6 - Se você marcar mais de uma alternativa, sua resposta será considerada errada mesmo que uma das alternativas indicadas seja a correta.
- 7 - No decorrer da prova objetiva o fiscal de sala irá colher a sua digital no selo que está no seu cartão de respostas.

## AGENDA

- **06/04/2014**, Provas Objetivas e Entrega de Títulos (candidatos de Nível Superior).
- **07/04/2014**, Divulgação dos Gabaritos Preliminares e Disponibilização dos Exemplos das Provas Objetivas.
- **09/04/2014**, Disponibilização das Imagens dos Cartões de Respostas das Provas Objetivas.
- **10/04 e 11/04/2014**, Interposição de Recursos Administrativos quanto às questões das Provas Objetivas.
- **28/04/2014**, Divulgação dos Gabaritos Definitivos Oficiais, Resultado das Notas Preliminares das Provas Objetivas.
- **28/04/2014**, Resultado Definitivo das Notas das Provas Objetivas.
- **03/05 até 04/05/2014**, Avaliação Física.
- **05/05 a 28/05/2014**, Prova Prática.
- **06/05 e 07/05/2014**, Interposição de Recursos Administrativos quanto as Notas Preliminares das Provas Discursivas.
- **06/05 e 07/05/2014**, Interposição de Recursos Administrativos quanto as Notas Preliminares da Avaliação de Títulos.
- **09/06/2014**, Homologação Final do Concurso.



## INFORMAÇÕES:

- **Tel:** 21 3525-2480 das 9 às 18h
- **Internet:** <http://concursos.biorio.org.br>
- **E-mail:** [emgepron2014@biorio.org.br](mailto:emgepron2014@biorio.org.br)



**LÍNGUA PORTUGUESA****TEXTO****PARA TUDO E PARA TODOS**

José Casado, O Globo, 21/01/2014

Quando ronca, o motor do caminhão ecoa trovoadas. É só lembrança – esperança de sertanejo. São 8.558 “pipeiros” contratados pelo governo para levar água a 1.087 lugarejos, onde a caatinga estende-se “de um vermelho indeciso salpicado de manchas brancas que eram ossadas” – como descreveu o alagoano Graciliano Ramos 76 anos atrás. A vida continua na seca.

Nos últimos três meses, os “pipeiros” desapareceram de algumas áreas do sertão cearense. A Assembleia Legislativa recebeu relatos de quatro dezenas de casos e identificou a origem do problema: os contratados não prestaram contas ao governo. Seguiu-se um “rigoroso inquérito administrativo”. Até acabar, não sai pagamento. Muito menos “pipa”.

Faz tempo que as últimas arribações sumiram do céu azul. Na vida em tempo de seca braba, fartura só de sede. E de burocracia.

Mais abaixo, em Natal (RN), o governo anuncia a devolução de verbas federais (R\$ 10 milhões, com juros). O dinheiro não foi investido, como previsto, em segurança pública estadual “devido a fatores burocráticos”.

Dois mil quilômetros ao sul, em Araçatuba (SP), a prefeitura conseguiu terminar a reforma de um Restaurante Popular, capaz de servir até 300 pratos de comida por dia. A obra custou R\$ 1 milhão. Atravessou longos 28 meses, na cadência de falência de fornecedores, mudanças no projeto e licitações refeitas. Está pronto, mas continuará fechado. Até a liberação federal.

(...) Há 47 anos, por decreto da ditadura, aboliu-se a exigência de reconhecimento de firma em documentos. Agora, 17 mil dias depois a Receita Federal anuncia em portaria que, em oito semanas, vai cumprir essa regra de boa-fé nas relações com os contribuintes. Com uma exceção, ressalva: “Nos casos em que a lei determine”.

Regulamentos não faltam. Foram editados 4,7 milhões desde a Constituição de 1988, calcula o Instituto Brasileiro do Planejamento e Tributação. São 524 novos por dia. Na eleição presidencial de outubro o país deverá somar 5 milhões de leis e normas, para tudo e para todos. É um caso de suicídio nacional por asfixia burocrática.

**QUESTÃO 1**

“Quando ronca, o motor do caminhão ecoa trovoadas. É só lembrança – esperança de sertanejo”. O comentário CORRETO sobre os componentes desse segmento inicial do texto é:

- (A) o ronco do caminhão aparece como um aviso trágico sobre a tragédia da seca.
- (B) a esperança do sertanejo é a de que os caminhões continuem abastecendo de água a região da seca.
- (C) o ronco do motor ecoa trovoadas e isso lembra ao sertanejo a chuva, que continua em sua esperança.
- (D) o ronco do motor do caminhão só traz ao sertanejo esperança vã, pois a realidade é bem cruel.

**QUESTÃO 2**

A palavra “pipeiros” aparece entre aspas, no primeiro parágrafo do texto, porque:

- (A) se trata de uma palavra nova, criada a partir de processo tradicional de derivação.
- (B) representa um tipo de linguagem informal, diferente do empregado no restante do texto.
- (C) mostra um novo sentido de uma palavra antiga, criado a partir de novas realidades.
- (D) destaca uma palavra-chave para a exposição do tema do texto, que trata do abastecimento de água por carros-pipa.

**QUESTÃO 3**

O autor do texto identifica o segmento da obra de Graciliano Ramos, no primeiro parágrafo do texto, como descritivo; a marca que justifica essa classificação é a presença de:

- (A) ações em sequência cronológica.
- (B) características visuais da paisagem.
- (C) argumentos em defesa de uma ideia.
- (D) dados sobre uma realidade desconhecida.

**QUESTÃO 4**

“um vermelho indeciso salpicado de manchas brancas que eram ossadas”; nesse trecho citado de Graciliano Ramos, o autor:

- (A) destaca aspectos claramente identificados na paisagem.
- (B) mostra sensações variadas diante de uma paisagem.
- (C) prioriza aspectos positivos da paisagem observada.
- (D) prefere abstrações a objetos concretos.

**QUESTÃO 5**

A colocação de “rigoroso inquérito administrativo” entre aspas pretende:

- (A) reproduzir rigorosamente as palavras das autoridades.
- (B) copiar as palavras tais quais foram registradas no Diário Oficial.
- (C) elogiar as medidas punitivas tomadas pelo governo.
- (D) criticar certas praxes administrativas.

**QUESTÃO 6**

“Até acabar, não sai pagamento. Muito menos “pipa”; deduz-se desse segmento do texto que:

- (A) as autoridades estão atentas aos atos de corrupção.
- (B) as denúncias de maus atos estão surtindo efeito.
- (C) os empresários continuam desfrutando da impunidade.
- (D) as soluções dadas prejudicam os mais necessitados.

**QUESTÃO 7**

“Faz tempo que as últimas arribações sumiram do céu azul. Na vida em tempo de seca braba, fartura só de sede. E de burocracia”.

Sobre a estruturação desse segmento do texto, a única afirmação INADEQUADA é:

- (A) a palavra “fartura” se prende a “últimas arribações”.
- (B) o sumiço das arribações mostra uma mudança climática no Nordeste.
- (C) a palavra “fartura”, em referência a “sede” mostra um paradoxo.
- (D) o adjetivo “braba” tem valor de intensidade.

**QUESTÃO 8**

O quarto parágrafo do texto cita um fato ocorrido em Natal (RN), com a finalidade de:

- (A) criticar a burocracia exagerada.
- (B) elogiar a preocupação com o dinheiro público.
- (C) mostrar a honestidade da área de segurança.
- (D) condenar o desprezo das autoridades pela população.

**QUESTÃO 9**

No quinto parágrafo do texto, a referência a “falências de fornecedores, mudanças no projeto e licitações refeitas” tem a função de destacar:

- (A) a desorganização econômica do governo e das empresas.
- (B) os episódios repetitivos das obras públicas.
- (C) a desonestidade crescente das empreiteiras.
- (D) a imperfeição das construções governamentais.

**QUESTÃO 10**

“Dois mil quilômetros ao sul, em Araçatuba (SP), a prefeitura conseguiu terminar a reforma de um Restaurante Popular, capaz de servir até 300 pratos de comida por dia. A obra custou R\$ 1 milhão. Atravessou longos 28 meses, na cadência de falência de fornecedores, mudanças no projeto e licitações refeitas. Está pronto, mas continuará fechado. Até a liberação federal”.

No parágrafo acima estão sublinhadas algumas formas verbais; sobre essas formas, a afirmação correta é:

- (A) as formas “capaz de servir” e “está” se referem ao mesmo agente.
- (B) as formas verbais “está” e “continuará” têm “obra” como agente.
- (C) as ações verbais “custou” e “atravessou” possuem agentes diferentes.
- (D) as duas primeiras são atribuídas ao mesmo agente.

**RACIOCÍNIO LÓGICO****QUESTÃO 11**

Observe os quatro primeiros termos da sequência a seguir:

156, 151, 145, 138, ...

O décimo termo é:

- (A) 65
- (B) 78
- (C) 87
- (D) 92

**QUESTÃO 12**

Ana, Bia, Clara e Dira disputaram uma corrida. Dira chegou antes de Ana, Bia chegou depois de Clara, Ana chegou antes de Clara. Quem chegou primeiro foi:

- (A) Ana
- (B) Bia
- (C) Clara
- (D) Dira

**QUESTÃO 13**

Um torneio de futebol seria disputado por 8 equipes em regime de turno e retorno, ou seja, cada equipe jogaria duas vezes com cada uma das demais. Entretanto, uma medida judicial mandou incluir outras duas equipes no torneio. Se o sistema de disputa for mantido, o número de jogos do torneio aumentará de:

- (A) 56 para 64
- (B) 56 para 90
- (C) 112 para 64
- (D) 112 para 90

**QUESTÃO 14**

A negação de “Paulo é botafoguense e gosta de cinema” é:

- (A) Paulo não é botafoguense e não gosta de cinema
- (B) Paulo não é botafoguense mas gosta de cinema
- (C) Paulo não é botafoguense ou não gosta de cinema
- (D) Paulo não gosta de cinema

**QUESTÃO 15**

A negação de “se Joaquim passa no concurso então faz uma viagem” é:

- (A) Joaquim não passa no concurso e não viaja
- (B) Joaquim passa no concurso e não viaja
- (C) Joaquim não passa no concurso ou não viaja
- (D) se Joaquim não passa no concurso então não viaja

## NOÇÕES DE INFORMÁTICA

### QUESTÃO 16

Um funcionário da EMGEPRON está trabalhando em um microcomputador com sistema operacional Windows XP e executou os seguintes procedimentos:

- Abriu o Windows Explorer e selecionou a pasta C:\PROJETOS
- Nessa pasta, selecionou o arquivo PRJ0714.DWG
- Pressionou simultaneamente as teclas Ctrl e C
- Selecionou a pasta D:\ATIVOS
- Pressionou simultaneamente as teclas Ctrl e V

Com relação ao arquivo PRJ0714.DWG, esse funcionário executou a seguinte ação:

- (A) Moveu de C:\PROJETOS para D:\ATIVOS com o mesmo nome  
 (B) Moveu de D:\ATIVOS para PROJÉTOS com o mesmo nome  
 (C) Copiou de D:\ATIVOS para C:\PROJETOS com o mesmo nome  
 (D) Copiou de C:\PROJETOS para D:\ATIVOS com o mesmo nome

### QUESTÃO 17

A planilha abaixo foi criada no Excel do pacote MSOffice 2010 BR.

EMGEPRON - LICITAÇÃO							
ITEM	QTD	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR			MENOR COTAÇÃO	VENCEDOR
			F1	F2	F3		
1	10	Resma 500 fls	R\$ 140,00	R\$ 130,00	R\$ 110,50	R\$ 110,50	F3
2	6	Pendrive 16 GB	R\$ 120,00	R\$ 150,00	R\$ 180,00	R\$ 120,00	F1
3	3	Roteador 802.11n	R\$ 510,00	R\$ 450,00	R\$ 330,00	R\$ 330,00	F3
4	20	Esferográfica	R\$ 160,00	R\$ 40,00	R\$ 100,00	R\$ 40,00	F2
						<b>R\$ 600,50</b>	

Nessa planilha foram inseridas expressões

- em G5, G6, G7 e G8 para determinar o menor valor entre todas as cotações dos fornecedores F1, F2 e F3.
- em G9 que determina a soma de todas as células de G5 a G8.
- em H5, H6, H7 e H8 para determinar qual dos fornecedores (se F1, F2 ou F3).

Nessas condições, a expressão inserida em H7 foi:

- (A) =SE(G7=D7;"F2";SE(G7=E7;"F3";"F1"))  
 (B) =SE(G7=D7;"F3";SE(G7=E7;"F2";"F1"))  
 (C) =SE(G7=D7;"F1";SE(G7=E7;"F2";"F3"))  
 (D) =SE(G7=D7;"F2";SE(G7=E7;"F1";"F3"))

### QUESTÃO 18

Códigos maliciosos são programas especificamente desenvolvidos para executar ações danosas e atividades maliciosas em um computador.



Entre esses códigos, um programa é projetado para monitorar as atividades de um sistema e enviar as informações coletadas para terceiros. Pode ser usado tanto de forma legítima quanto maliciosa, dependendo de como é instalado, das ações realizadas, do tipo de informação monitorada e do uso que é feito por quem recebe as informações coletadas. Um exemplo é o Keylogger, capaz de capturar e armazenar as teclas digitadas pelo usuário no teclado do computador. Sua ativação, em muitos casos, é condicionada a uma ação prévia do usuário, como o acesso a um site específico de comércio eletrônico ou de Internet Banking. Esse tipo de programa é denominado:

- (A) kaspersky  
 (B) spyware  
 (C) firewall  
 (D) spam

### QUESTÃO 19

Um internauta está utilizando um notebook com sistema operacional Windows 7 BR. Uma dos modos utilizados por ele para verificar o acesso wireless à internet por meio de um roteador, é feito por meio do acionamento de um determinado ícone na área de notificações, localizada no canto inferior direito da área de trabalho desse computador, na barra mostrada na figura abaixo.

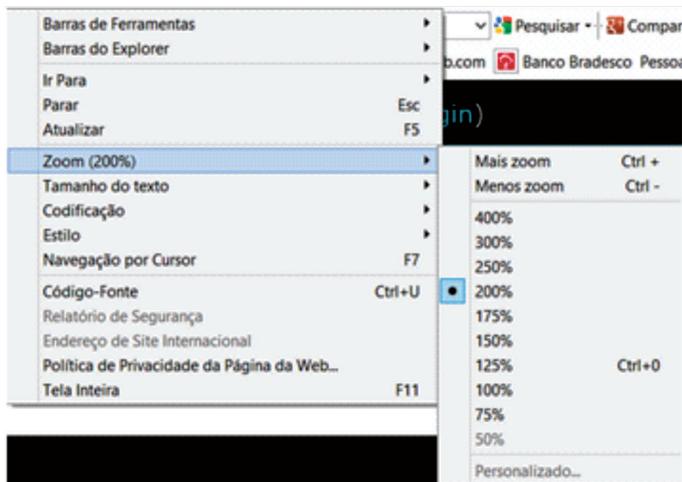


Esse ícone é:

- (A)   
 (B)   
 (C)   
 (D) 

**QUESTÃO 20**

O Internet Explorer nas versões 9, 10 e 11/BR possibilita ao internauta ajustar as opções de zoom, por meio do aumento ou diminuição dos caracteres e figuras exibidas na tela do monitor de vídeo. Para isso, ele deve acionar a opção Zoom na janela indicada na figura abaixo.



Essa janela é mostrada na tela quando se aciona na barra Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda a seguinte opção de menu:

- (A) Ferramentas
- (B) Favoritos
- (C) Editar
- (D) Exibir

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**

**QUESTÃO 21**

Conceito surgido ainda na era de ouro do rádio, a interatividade tornou-se uma prática vital para os meios de comunicação, transformando o consumidor da informação em parceiro dos profissionais envolvidos no processo de produção dos veículos. Das situações abaixo, aponte aquela que NÃO apresenta caráter benéfico da interatividade para o cotidiano das redações.

- (A) O ouvinte envia mensagens por meio das redes sociais para uma emissora de rádio apontando problemas no trânsito em uma determinada região.
- (B) O leitor utiliza os canais de comunicação que os jornais disponibilizam para receber fotografias inéditas que agreguem valor ao produto.
- (C) O leitor de um portal de notícias ocupa o espaço reservado aos comentários para atacar internautas que tenham opinião contrária à sua, contribuindo para aumentar o interesse dos demais leitores em relação ao conteúdo postado pela empresa.
- (D) O cinegrafista amador oferece vídeos inéditos a uma emissora de TV enfocando aspectos inéditos, curiosos ou dramáticos, que fogem à rotina dos telespectadores.

**QUESTÃO 22**

A competição entre os jornais impressos acelerou o processo industrial necessário à sua impressão. No entanto, o avanço das mídias digitais e eletrônicas muitas vezes torna superadas notícias que chegam às bancas ou aos assinantes na manhã seguinte ao fechamento. Assinale a alternativa que apresenta o recurso editorial que costuma ser usado pelos grandes jornais para continuar lutando pela preferência do leitor.

- (A) Apoio dos departamentos de marketing para realização de promoções no comércio.
- (B) Distribuição de brindes e coleções para que o leitor se mantenha fiel.
- (C) Priorização de fotos e infográficos para tornar o produto mais agradável para o leitor.
- (D) Utilização cada vez maior de artigos e textos analíticos que aprofundem assuntos que seriam tratados de forma mais sintética nas mídias eletrônicas ou na internet.

**QUESTÃO 23**

A busca pela transparência nas relações, exigência imposta de forma crescente pela sociedade, passou a fazer parte das necessidades das empresas jornalísticas em suas estratégias de conquista do público. Nesse contexto, muitas delas passaram a instituir códigos de postura para serem seguidos por seus funcionários, afetando diretamente as relações entre jornalistas e suas fontes. Nesse contexto, assinale a alternativa que indica o procedimento que os assessores de comunicação devem adotar em seu contato com profissionais de imprensa sem prejuízo para os princípios éticos.

- (A) Distribuir brindes de produtos caros de forma a estabelecer vínculos de simpatia mútua entre o jornalista e o assessor, resultando em matérias de interesse do cliente.
- (B) Convidar jornalistas para cobrirem eventos de interesse do cliente que tenham importância jornalística para o público consumidor do veículo de comunicação.
- (C) Oferecer exclusividade para um determinado profissional, mesmo que a informação seja de interesse geral, como forma de obter um canal garantido para veiculação futura de matérias de interesse do cliente.
- (D) Tentar estabelecer acordos de forma a evitar a divulgação de informações que venham a prejudicar interesses do cliente.

**QUESTÃO 24**

A seguinte opção contém termos usados apenas como recursos gráficos:

- (A) *feature* – sonora – texto-legenda.
- (B) nariz de cera – barriga – perfil.
- (C) *frame* – *stand up* – selo.
- (D) olho – entretítulo – infográfico

**QUESTÃO 25**

Os altos custos de operação, que incluem a aquisição de insumos fundamentais, como o papel, deram início a um processo de migração de grandes jornais impressos para as versões exclusivamente *on-line*, sobretudo nos Estados Unidos. No caso brasileiro, uma **desvantagem** para que os empresários do setor transfiram definitivamente seus títulos para a internet é:

- (A) o ainda baixo volume de investimentos publicitários nos portais de notícias não compensa a extinção dos jornais impressos, que apresentam receitas muito superiores a suas versões na internet.
- (B) o perfil da população jovem do país, que segundo a última Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD), do IBGE, utiliza preferencialmente a internet para navegação nas redes sociais ou a prática de jogos *on-line*.
- (C) o *lobby* dos grandes distribuidores de jornais que, através de pressões no Congresso Nacional, mantém a legislação que concede benefícios fiscais aos negócios que envolvam publicações impressas no país.
- (D) a falta de uma política ambiental de governo que estabeleça restrições à produção e importação de papel-jornal, apesar do passivo ecológico que a atividade acarreta.

**QUESTÃO 26**

Entre as especializações do jornalismo, uma vem ganhando importância cada vez maior, em especial entre os jovens universitários que buscam o mercado de trabalho: o jornalismo esportivo. Entre os tópicos abaixo, assinale o que NÃO está diretamente ligado ao crescente interesse dos jornalistas por se especializar na cobertura de eventos esportivos.

- (A) A expectativa criada em torno dos grandes eventos esportivos internacionais que terão o Brasil como sede.
- (B) O surgimento dos canais exclusivos de esporte nas TVs por assinatura, despertando interesse do público por esportes desconhecidos, o que amplia o mercado de trabalho para quem optar pela especialização.
- (C) A evolução do marketing esportivo, gerando maiores receitas para essa atividade, o que exige das empresas de comunicação investimentos também maiores e, conseqüentemente, gerando a necessidade de contratar um número maior de profissionais do setor.
- (D) O incentivo às práticas esportivas para a população desde a infância desperta entre os jovens o desejo pela busca de profissões que contemplem esta afinidade, tornando o jornalismo esportivo uma opção óbvia.

**QUESTÃO 27**

O desenvolvimento dos portais na internet por parte das empresas de comunicação ampliou sua capacidade de cobertura e criou novas exigências profissionais para os jornalistas. O conceito que mais se aplica ao profissional encarregado da cobertura diária dos fatos para os veículos de comunicação é a:

- (A) multifuncionalidade.
- (B) resiliência.
- (C) conectividade.
- (D) proatividade.

**QUESTÃO 28**

Ao assessorar uma empresa ou órgão público, o profissional de comunicação precisa estar prevenido para gerenciar situações de crise a que estão sujeitos seus clientes. Executivos e servidores públicos devem saber como se conduzir em relação à imprensa diante de problemas que venham a surgir em decorrência de sua atividade.

Entre as ferramentas à disposição dos assessores está

- (A) a preparação de dossiês contendo informações sobre os jornalistas habitualmente escalados para cobertura do setor do cliente como forma de levantar aspectos vulneráveis de cada profissional.
- (B) a contratação de serviços de *media training* a fim de preparar os representantes dos clientes para responder de forma firme e convincente a perguntas delicadas ou embaraçosas sobre os problemas apresentados.
- (C) a organização rotineira de eventos sociais para os quais sejam convidados jornalistas do setor como forma de estreitar laços e evitar posturas mais agressivas em possíveis entrevistas.
- (D) a montagem de estruturas tecnológicas que reduzam o contato físico entre clientes e jornalistas – como videoconferências – evitando assim que a proximidade entre as partes provoque situações de estresse que comprometam o desempenho dos representantes da empresa ou órgão público.

**QUESTÃO 29**

A partir de sua consolidação junto ao público na última década do século passado, as emissoras de rádio *all news* brasileiras transmitem programação jornalística durante as 24 horas do dia. Essa grande abrangência nem sempre garante que o ouvinte casual possa receber, durante a transmissão, as informações mais relevantes. Para isso, criaram as soluções abaixo, EXCETO:

- (A) produção de noticiário que traz as principais notícias do dia a cada meia hora. (Rádio CBN)
- (B) postagem nos portais das emissoras de *podcasts* contendo as principais atrações: reportagens, entrevistas, comentários.
- (C) apresentação das notícias mais importantes em manchetes de noticiários que se repetem a cada 20 minutos. (BandNews FM)
- (D) manutenção de *chats* a cada hora com apresentadores, repórteres e colunistas que resumirão para os ouvintes os destaques da programação jornalística da emissora no intervalo correspondente.

**QUESTÃO 30**

Entre os princípios que regem a atuação das empresas de assessoria de comunicação junto aos clientes está a elaboração de planos destinados a privilegiar uma interlocução eficiente e ética entre o cliente e, não só a imprensa, mas também a sociedade. Para atingir esse fim, as assessorias desempenham diferentes funções. Avalie se são verdadeiras (V) ou falsas (F) as afirmativas que dizem respeito a essas funções.

- I - Colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização assessorada, seja uma empresa ou um órgão público.
- II - Criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas junto aos públicos envolvidos – imprensa e organizações.
- III - Avaliar com frequência a equipe de comunicação com vistas a alcançar os resultados desejados.

As afirmativas I, II e III são, respectivamente,

- (A) F, F e V
- (B) V, V e V
- (C) V, F e F
- (D) F, V e V

**QUESTÃO 31**

Mídia de maior penetração na sociedade brasileira, a televisão aberta tem na imagem a sua principal característica, a qual está vinculada o próprio conceito de notícia no veículo. Entre as alternativas abaixo, assinale a que NÃO permite obter, na TV, a veiculação eficiente de matérias que tenham o conteúdo mais árido, como a divulgação do índice de inflação.

- (A) Distribuição prévia dos índices em questão, com imposição de embargo até a data oficial de divulgação, para que os produtores da emissora possam preparar reportagens apresentando situações com personagens reais impactados pelo índice.
- (B) Elaboração de gráficos por parte dos departamentos de arte da emissora para que o telespectador possa ter referências visuais que o ajudem a apreender os índices divulgados.
- (C) Cuidado especial na transposição das informações divulgadas por *releases* para a lauda televisiva, a fim de permitir que a leitura da reportagem seja absolutamente clara para não confundir o telespectador.
- (D) A presença de um comentarista econômico ao lado do apresentador na bancada do telejornal, para explicar com detalhes as causas e consequências do resultado, reforçando para o telespectador a compreensão dos dados divulgados.

**QUESTÃO 32**

Quando elaborado com perfeição, além de cumprir os objetivos das assessorias e seus clientes, o *release* pode ser publicado ou divulgado na íntegra, contribuindo para a produção jornalística dos veículos de comunicação. Dos elementos abaixo, assinale o que NÃO precisa constar obrigatoriamente dos *releases*.

- (A) Hierarquização das informações que devem chegar obrigatoriamente às redações.
- (B) Equilíbrio entre o interesse do cliente e a necessidade de apuração dos profissionais de imprensa.
- (C) No caso de convocação para evento e entrevistas, o detalhamento com clareza do local, hora e, se for o caso, traje necessários para os jornalistas.
- (D) Manifestação de juízos de valores, por meio de adjetivos, que alertem os jornalistas para a importância do fato ou da fonte que a assessoria pretende divulgar.

**QUESTÃO 33**

Surgidas nos jornais na década de 1940 como espaço de divulgação do chamado “*high society*”, as colunas sociais evoluíram nas últimas décadas, perderam o caráter mundano e hoje são espaços de grande visibilidade em todas as plataformas, conferindo prestígio e credibilidade aos colunistas. Alguns desses profissionais são titulares de colunas que tratam de temas específicos. Aponte, na lista abaixo, o colunista que não está especificamente ligado à área de atuação relacionada.

- (A) Ricardo Boechat – política.
- (B) Miriam Leitão – economia.
- (C) Juca Kfoury – esporte.
- (D) Agostinho Vieira – meio ambiente.

**QUESTÃO 34**

O século XXI consolidou a importância da cobertura qualificada de temas que antes estavam diluídos em editorias tradicionais. O interesse crescente provocou a criação de novas editorias, surgimento de publicações, *sites* e *blogs*, além de jornalistas especializados. Dos grupos de temas listados abaixo, assinale a alternativa que apresenta exclusivamente esta tendência atual.

- (A) Esportes radicais – informática – culinária.
- (B) Tecnologia digital – ciência – meio ambiente.
- (C) Relações internacionais – organização social – educação.
- (D) Celebidades – esportes olímpicos – urbanismo.

**QUESTÃO 35**

Votado em agosto de 2007, o Código de Ética dos Jornalistas estabelece um conjunto de normas que orienta a conduta dos profissionais em suas relações com a comunidade, fontes de informações e demais jornalistas. Com base nos princípios éticos da categoria, avalie se são verdadeiras (V) ou falsas (F) as afirmativas abaixo.

- I - É dever do jornalista respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.
- II - O jornalista pode realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário.
- III - O jornalista deve informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções.
- IV - O jornalista pode se adequar aos avanços tecnológicos para, em qualquer caso, usar microcâmeras ou microfones ocultos no trabalho de apuração das informações necessárias à sua reportagem.

As afirmativas I, II, III e IV são respectivamente:

- (A) V, V, F e F
- (B) V, V, V e V
- (C) V, F, V e F
- (D) F, V, V e F

**QUESTÃO 36**

As manifestações que se multiplicaram em grande parte das cidades brasileiras a partir de junho de 2013 trouxeram mudanças na percepção do trabalho jornalístico e na visão, por parte da sociedade e da própria categoria, da forma de atuação da imprensa no país. Entre as afirmações abaixo, assinale aquela que NÃO representa uma consequência da escalada dos protestos no Brasil.

- (A) Os jornalistas passaram a ser vistos com desconfiança pelos manifestantes sob a acusação de atuar de acordo com o interesse de suas empresas e das diferentes esferas do poder constituído.
- (B) O surgimento das transmissões ao vivo, sem cortes ou edição, realizadas pelo grupo intitulado Mídia Ninja em sua página no *facebook* inaugurou o conceito de jornalismo militante no país.
- (C) Os telejornais das emissoras abertas sofreram grandes quedas na audiência provocadas pela proposta de boicote apresentada por milhares de manifestantes por meio das redes sociais.
- (D) O tema foi predominante nas discussões realizadas nas faculdades de comunicação em todo o país, resultando em debates e seminários que reuniram representantes da comunidade acadêmica e entidades de classe dos jornalistas.

**QUESTÃO 37**

A pesquisa “Quem é o jornalista brasileiro?”, realizada em 2012 pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), concluiu que entre os 2.371 profissionais entrevistados em todas as unidades da federação e também no exterior, 55% atuam na mídia. Este percentual apresentou a seguinte distribuição:

Meios impressos	63,9%
Internet	44,6%
TV, rádio ou cinema	33,6%
Outras mídias	20,5%

Os dados apresentados permitem que se cheguem às conclusões abaixo, EXCETO:

- (A) a atuação específica em veículos de comunicação, aspiração da maioria dos alunos que ingressavam na faculdade por ocasião da regulamentação do curso, está restrita hoje a pouco mais da metade dos profissionais em atividade.
- (B) é cada vez maior o mercado para jornalistas na internet, graças às muitas possibilidades existentes na rede, como portais de notícias, blogs e atuação nas redes sociais.
- (C) o meio rádio vem perdendo espaço como mercado em sua plataforma tradicional de transmissão, o que obriga os empresários do setor a investir na veiculação *on-line* para preservação de seus conteúdos.
- (D) a participação menor dos jornalistas em cinema pode ser explicada pelo pequeno interesse despertado pela produção nacional junto ao público brasileiro.

**QUESTÃO 38**

Em sua atuação profissional, o assessor de comunicação deve aprender a lidar com a perspectiva de crises que possam afetar a imagem e, conseqüentemente, negócios e reputação dos responsáveis por empresas ou órgãos públicos que ele representa. Em muitos casos, a simples existência de uma política de gerenciamento de risco não impede a eclosão da crise. Uma vez que ela se instale e seja alvo de investigação da mídia, a seguinte providência deve ser recomendada pelo assessor:

- (A) com base em uma análise aprofundada e permanente dos meios de comunicação com relacionamento mais estreito com a organização, identificar as informações que podem ser omitidas para minimizar os impactos de notícias negativas.
- (B) reconhecer com rapidez e transparência as falhas cometidas, apontando os meios que serão utilizados para sanar os erros e prevenir sua ocorrência no futuro.
- (C) usar a condição de anunciante para convencer os executivos dos veículos de comunicação envolvidos no processo de apuração a orientar seus profissionais para que reduzam a pressão sobre organização.
- (D) em situações particularmente tensas, evitar contatos com os jornalistas, limitando as informações a notas oficiais sucintas, distribuídas em papel timbrado da empresa ou órgão público e publicadas como matéria paga.

**QUESTÃO 39**

Por ser o rádio o único veículo que permite a seu consumidor desempenhar simultaneamente outras atividades enquanto ouve sua transmissão, a mensagem deve ser necessariamente clara e direta para evitar dispersão por parte do ouvinte. Por esse motivo, foram criadas regras que permitem uma compreensão imediata, evitando divagações que comprometam o entendimento da continuação da mensagem. Das afirmativas abaixo, assinale a que NÃO expressa essa preocupação.

- (A) Ao dar informações sobre fatos que ocorram em uma rodovia, não se deve informar dados como quilometragem, e sim divulgar pontos de referência para situar o ouvinte.
- (B) Deve ser evitada a divulgação de listas que envolvam grandes quantidades, como as ruas que serão fechadas no Carnaval.
- (C) Âncoras e repórteres não devem interromper debates ou respostas para identificar fontes e personagens que estejam no ar durante a transmissão a fim de não distrair a atenção do ouvinte do conteúdo da mensagem.
- (D) A qualidade do áudio transmitido é fundamental para manter o ouvinte sintonizado, evitando que ele desligue o rádio ou mude para outra emissora.

**QUESTÃO 40**

Analise o fragmento a seguir, relativo a um dos serviços prestados pelas empresas de assessoria de imprensa.

*Processo diário de seleção das notícias de interesse do cliente, coletadas em jornais, revistas, sites e outros meios de comunicação, que se constituirão em um relatório para análise do noticiário.*

Assinale a alternativa que indica sua denominação.

- (A) *clipping*
- (B) *follow up*
- (C) *mailing*
- (D) *sinopse*

**QUESTÃO 41**

Na versão clássica dos telejornais, o profissional que faz a narração de uma reportagem nem sempre é o responsável único pela apuração da notícia que vai ao ar. Em muitos casos, as informações são levantadas previamente por outro jornalista que, até por questões de segurança, não aparece no vídeo. Quem desempenha a tarefa de levantamento prévio é o

- (A) repórter.
- (B) editor.
- (C) produtor.
- (D) âncora.

**QUESTÃO 42**

Na comunicação de um assunto relevante, por parte da empresa ou órgão público, que mobilize a atenção e provoque impacto profundo sobre a vida da população, a ação mais eficiente a ser recomendada pelo assessor de comunicação ao cliente é:

- (A) convocar uma entrevista coletiva para que a notícia a ser divulgada alcance um público maior e mais diversificado.
- (B) publicar a notícia com destaque especial no *site* da empresa ou órgão público para que ela chegue de maneira uniforme a seus destinatários, sem nenhuma intermediação.
- (C) programar uma entrevista exclusiva com jornalista de prestígio e credibilidade reconhecidos no mercado, de modo a garantir a qualidade da divulgação desejada.
- (D) recorrer às redes sociais para que a notícia possa atingir maior repercussão, através dos comentários dos internautas.

**QUESTÃO 43**

O advento e desenvolvimento do webjornalismo é objeto de estudo de um número crescente de teóricos da comunicação, empenhados em descrever as características desta nova forma de se fazer jornalismo e compará-lo aos veículos tradicionais. Entre as características abaixo, aponte a que NÃO está presente na realidade do jornalismo na internet.

- (A) A preocupação com a instantaneidade do meio, o que resulta na atualização constante das notícias.
- (B) A capacidade de armazenamento de uma grande quantidade de memória de assuntos relacionados à matéria acessada pelo internauta.
- (C) A convergência de mídias, que possibilita a existência de diferentes formatos de informação – texto, foto, vídeo e áudio.
- (D) A ênfase no planejamento diário das edições *on-line*, como forma de garantir a postagem de informações aprofundadas e relevantes.

**QUESTÃO 44**

Os jornais impressos, como forma de se manterem atraentes para o leitor, utilizam recursos editoriais e gráficos para apresentação da notícia. No entanto, também se preocupam em publicar opinião, própria ou de terceiros. Dos elementos abaixo, assinale o que NÃO se classifica como espaço para opinião.

- (A) Editorial
- (B) Artigo
- (C) Coluna
- (D) Perfil

**QUESTÃO 45**

Prática comum em corporações médias e grandes, a comunicação interna é um instrumento que contribui para informar e cativar os funcionários das empresas, evitando a disseminação prévia de informações por outras fontes ou mesmo pela imprensa. Para tornar eficiente essa política, as assessorias de comunicação desenvolvem as ferramentas abaixo, EXCETO:

- (A) *house organ*.
- (B) memorando.
- (C) TV corporativa.
- (D) intranet.

