

Concurso Público



JORNALISTA

LEIA COM ATENÇÃO

2014

01. Só abra este caderno após ler todas as instruções e quando for autorizado pelos fiscais da sala.
02. Preencha os dados pessoais.
03. Autorizado o início da prova, verifique se este caderno contém 80 (oitenta) questões; se não estiver completo, exija outro do fiscal da sala.
04. Todas as questões desta prova são de múltipla escolha, apresentando uma só alternativa correta.
05. Ao receber a folha de respostas, confira o nome da prova, seu nome e número de inscrição. Qualquer irregularidade observada, comunique imediatamente ao fiscal.
06. Assinale a resposta de cada questão no corpo da prova e, só depois, transfira os resultados para a folha de respostas.
07. Para marcar a folha de respostas, utilize caneta esferográfica preta ou azul e faça as marcas de acordo com o modelo (●).
08. **A marcação da folha de respostas é definitiva, não admitindo rasuras.**
09. Não risque, não amasse, não dobre e não suje a folha de respostas, pois isto poderá prejudicá-lo.
10. Se a Comissão verificar que a resposta de uma questão é dúbia ou inexistente, a questão será posteriormente anulada e os pontos a ela correspondentes, distribuídos entre as demais.
11. Os fiscais não estão autorizados a emitir opinião nem a prestar esclarecimentos sobre os conteúdos das provas. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar e decidir.
12. Não será permitido o uso de telefones celulares, bips, pagers, palm tops ou aparelhos semelhantes de comunicação e agendas eletrônicas, pelos candidatos, durante a realização das provas.

Duração desta prova: 5 horas

Nome: _____

Inscrição: _____

Identidade: _____

Órgão Expedidor: _____

Assinatura: _____

COMISSÃO DE PROCESSOS
SELETIVOS E TREINAMENTOS
Fone: (81) 3412-0800
Fax: (81) 3412-0808



TEXTO 1

Compro, logo existo.

(1) Templo de culto à mercadoria, o modelo do *shopping center*, como o conhecemos hoje, nasceu nos Estados Unidos na década de 1950. São espaços privados, objetivamente planejados para a supremacia da ação de comprar. O que se compra nesses centros, contudo, é muito mais do que mercadoria, serviços, alimentação e lazer. Compra-se distinção social, sensação de segurança e ilusão de felicidade e liberdade.

(2) O *shopping center* é um centro de comércio que se completa com alimentação (normalmente do tipo *fast food*), serviços (bancos, cabeleireiros, correios, academias de ginástica, consultórios médicos, escolas) e lazer (jogos eletrônicos, cinema, internet). Ali o consumidor de mercadorias se mistura com o consumidor de serviços e de diversão, sentindo-se protegido e moderno. Fugindo de aspectos negativos dos centros das cidades e da busca conjunta de soluções para eles, os *shopping centers* vendem a imagem de serem locais com uma melhor “qualidade de vida” por possuírem ruas cobertas, iluminadas, limpas e seguras: praças, fontes, bulevares recriados; cinemas e atrações prontas e relativamente fáceis de serem adquiridas – ao menos para os que podem pagar. É como se “o mundo de fora”, a vida real, não lhes dissesse respeito...

(3) O que essa catedral das mercadorias pretende é criar um espaço urbano ideal, concentrando várias opções de consumo e consagrando-se como “ponto de encontro” para uma população seleta de seres “semiformados”, incompletos, que aceitam fenômenos historicamente construídos, como se fizessem parte do curso da natureza. O imaginário que se impõe é o da plenitude da vida pelo consumo. Nesses espaços, podemos ocupar-nos apenas dos nossos desejos – aguçados com as inúmeras possibilidades disponíveis de aquisição. Prevalece a ideia do “compro, logo existo”.

(4) Concluímos que esse mundo de sonhos que é o *shopping center* acaba reforçando nas pessoas uma visão individualista da vida, onde os valores propagados são todos relacionados às necessidades e aos desejos individuais – “eu quero, eu posso, eu compro”. Assim, colabora para uma deterioração do ser social e o retardamento do projeto de emancipação de seres mais conscientes, autônomos, prontos para a sociabilidade coletiva – que exige a capacidade da troca desinteressada, da tolerância, da relação verdadeiramente humana entre o eu e o outro, entre iguais e entre diferentes. Compreendemos que um ser social emancipado identifica as necessidades individuais com as da coletividade, sem colocá-las em campos opostos.

(5) O *shopping center* híbrido representa hoje o principal lugar da “sociedade de consumo”, contribuindo para a sacralização do modo de vida consumista e alienado, um modo de vida em que há uma evidente predominância de símbolos como *status*, poder, distinção, jovialidade, virilidade etc., sobre a utilidade das mercadorias. O que se pode concluir é que o sucesso da fórmula atual do *shopping center* híbrido como lugar privilegiado para a realização da lógica consumista traz consigo o fracasso da plenitude do ser social, distanciando-o de qualquer projeto de emancipação e de humanização do ser humano. Como diz o poeta Carlos Drummond de Andrade no poema *Eu Etiqueta*: “Já não me convém o título de homem./ Meu nome novo é coisa./Eu sou a coisa, coisamente”.

(Valquíria Padilha. A sociologia vai ao *shopping center*. *Ciência Hoje*, maio de 2007, p. 30-35. Adaptado).

01. Considerando a totalidade do Texto 1, podemos afirmar que o tema central defendido pelo autor se resume nos seguintes termos:

- A) Os *shopping centers*, por serem locais que oferecem uma melhor “qualidade de vida”, fogem dos aspectos negativos dos centros das cidades e buscam soluções conjuntas para esses aspectos.
- B) Nos *shopping centers*, em geral, ativamos toda a gama de nossos desejos de consumo, os quais, nesses espaços urbanos, são estimulados pelas inúmeras possibilidades de aquisição.
- C) O principal lugar da “sociedade de consumo” é hoje representado pelos *shopping centers*, que funcionam como símbolo de *status*, poder, distinção, jovialidade, virilidade, entre outros.
- D) Apesar dos benefícios proporcionados pelos grandes centros comerciais, existe o risco de, por eles, se fortalecer, nas pessoas, o individualismo, a alienação e a mitificação do modo de vida consumista.
- E) Uma das grandes vantagens dos centros comerciais urbanos é que, ali, o consumidor de mercadorias se mistura com o consumidor de serviços e de diversão, sentindo-se resguardado e moderno.

02. Constitui uma ‘afirmação principal’, coerente com o tema global tratado ao longo do desenvolvimento do Texto 1, a seguinte:

- A) “o modelo do *shopping center*, como o conhecemos hoje, nasceu nos Estados Unidos na década de 1950”.
- B) [no *shopping center*] “o consumidor de mercadorias se mistura com o consumidor de serviços e de diversão, sentindo-se protegido e moderno”.
- C) “Nesses espaços, podemos ocupar-nos apenas dos nossos desejos – aguçados com as inúmeras possibilidades disponíveis de aquisição”.
- D) “O que essa catedral das mercadorias pretende é criar um espaço urbano ideal”.
- E) “a lógica consumista traz consigo o fracasso da plenitude do ser social”.

03. Conforme a pretensão maior pensada pelo autor para seu texto, o risco maior do *shopping center* consiste no fato de que esses centros:

- A) são híbridos, pois oferecem indiscriminadamente comércio, serviços e lazer.
- B) oferecem incontáveis possibilidades de aquisição de produtos que satisfazem desejos consumistas.
- C) contribuem para o fortalecimento do individualismo e o declínio da sociabilidade coletiva.
- D) concentram várias opções de consumo e consagram-se como meros “pontos de encontro”.
- E) têm dificuldade de selecionar a população que tem acesso a seu mercado e a seus serviços.

04. Um dos recursos textuais que promovem a continuidade semântica do texto são as 'retomadas lexicais', ou seja, as expressões que, ao longo do texto, vão retomando referências feitas anteriormente a um determinado objeto. Assim, a expressão 'shopping center', ao longo do texto em análise, foi sendo retomada pelas seguintes:

- 1) 'nesses centros';
- 2) 'essa catedral das mercadorias';
- 3) 'espaço urbano ideal';
- 4) 'Nesses espaços';
- 5) 'esse mundo de sonhos'.

Estão corretas:

- A) 1, 2 e 3, apenas.
- B) 2, 3 e 5, apenas.
- C) 1, 3 e 5, apenas.
- D) 1, 2, 4 e 5, apenas.
- E) 1, 2, 3, 4 e 5.

05. Ainda no âmbito da continuidade semântica do texto, podemos perceber que a entidade *shopping center* é, no percurso do texto, definida como:

- 1) 'espaços privados'.
- 2) 'um centro de comércio'.
- 3) 'local com uma melhor "qualidade de vida"'.
(Ou seja, 'nossos desejos exacerbados...').
- 4) 'o principal lugar da "sociedade de consumo"'.
(Ou seja, 'colabora para a deterioração do ser social').
- 5) 'O imaginário'.

Estão corretas:

- A) 1, 2, 3 e 4, apenas.
- B) 2, 3 e 5, apenas.
- C) 1, 4 e 5, apenas.
- D) 1, 2, 4 e 5, apenas.
- E) 1, 2, 3, 4 e 5.

06. O vocabulário de um texto representa um de seus componentes básicos. Cada palavra é escolhida dentro de certo enquadramento semântico, ou seja, dentro de certos limites de sentido. Observe, a seguir, os sentidos das palavras sublinhadas e analise as funções presumidas para sua escolha.

- A) "esse mundo de sonhos que é o *shopping center* acaba reforçando nas pessoas uma visão individualista da vida". (Ou seja, 'acaba retificando, corroborando...').
- B) "nossos desejos – aguçados com as inúmeras possibilidades disponíveis de aquisição". (Ou seja, 'nossos desejos exacerbados...').
- C) "O shopping center híbrido". (Ou seja, o shopping center hiperoriginal).
- D) "a sacralização do modo de vida consumista". (Ou seja, a religiosidade do modo de vida...).
- E) "colabora para uma deterioração do ser social". (Ou seja, colabora para a discriminação do ser social).

TEXTO 2

Ser jornalista é possível.

Todo jornalista é um contador de histórias. E só sabe contar uma história aquele que consegue ouvi-la. Sem desejar ser personagem central dela, como os adolescentes. Sem torcer escandalosamente para um lado ou outro do conflito, como os donos da verdade. Afinal, toda história é um conflito, não é? Ser jornalista é apenas ouvir e contar o que ouviu. Parece óbvio, mas é cada vez mais raro.

Não há dúvida de que há uma crise no jornalismo e, embora eu esteja certa da sobrevivência de um dos produtos mais nobres do mundo, a notícia, acredito também que há caminhos a percorrer para que ela mantenha intacta sua dignidade. Não, não sou purista. Sei que a versão do fato pode ser incrivelmente mais poderosa do que o fato em si, a depender da maneira como é contada. Sei também que os interesses comerciais e políticos colocados nesse tabuleiro podem determinar antecipadamente o resultado do jogo. E tenho perfeita noção de que o contador de histórias é só peão nesse xadrez. Mas quanto significado há nessa incumbência! Contar a história que sobreviverá ao tempo!

Mora aí a inquietude que me assalta vez por outra. Seja por necessidade de produtividade extrema, seja por outros fatores, um jornalista não tem mais o tempo que tinha para amadurecer e saber identificar com precisão tentativas de manipulação, interesses políticos, financeiros e religiosos ou vaidades de maneira geral. A função do repórter se apequenou diante do gigantismo do mercado da mídia e seus esforços para superar a crise. Uma crise que não é da notícia, que jamais morrerá. O que vai mudar, e muito, é o modelo de negócios em torno da embalagem da notícia. Enquanto isso, é cada vez mais difícil encontrar os contadores de histórias imparciais. Não isentos de opinião, que todos nós a temos. Mas livres, isso sim, do que não couber no fato narrado porque a ele não pertence.

A todos os que desejam seguir o jornalismo, desejo a melhor sorte. O terreno é minado, mas com juízo, ousadia e ética, ser jornalista é possível, é belo, é quase sublime. Acreditem, como eu, que as melhores histórias ainda estão por vir.

(Ana Paula Padrão. Revista *IstoÉ*, Edição 2306, 05/02/2014. Adaptado).

07. Para o autor do Texto 2, "há uma crise no jornalismo", opinião que ele defende quando admite que os jornalistas:

- A) creem que, em seu papel de 'contadores de histórias', a versão dos fatos nunca é mais poderosa do que os fatos em si.
- B) costumam ceder aos interesses políticos, financeiros e religiosos que tentam manipular a produção e a divulgação da notícia.
- C) atenuam a difícil situação pela qual passa a 'notícia', um produto cada vez mais raro e distante da imparcialidade.
- D) já não têm disponibilidade para identificar com precisão as tentativas de manipulação que assediam o mercado da mídia.
- E) desconsideram os apelos sociais de atuar com ousadia e ética em meio às sucessivas crises que vem sofrendo o mercado da notícia.

08. Conforme a discussão levantada pelo Texto 2, o que mais parece comprometer o jornalismo atual é, por várias razões:

- A) a falta de imparcialidade na divulgação da notícia.
- B) a dúvida de que a notícia vai conseguir sobreviver.
- C) a descrença em que as melhores histórias ainda virão.
- D) a redução que, hoje, a função social do jornal sofreu.
- E) a tendência da mídia para um comportamento purista.

09. Analise o seguinte trecho: “Todo jornalista é um contador de histórias. E só sabe contar uma história aquele que consegue ouvi-la.” Nessa afirmação, subjaz a ideia de que:

- A) há grandes lacunas na preparação acadêmica dos profissionais que planejam atuar no mercado da notícia.
- B) a atividade do jornalismo atual passa por momentos de séria crise e apreensão, sem muita perspectiva de solução.
- C) a linguagem é uma atividade de ‘mão dupla’, interativa, portanto, pelo que os interlocutores se completam.
- D) não compete ao profissional do jornalismo deixar transparecer seus próprios juízos ou suas próprias opiniões.
- E) a sobrevivência da notícia, um dos produtos mais nobres do mundo, corre perigo de apagar-se ou perder sua dignidade.

10. Palavras como ‘contar’, ‘ouvir’, ‘história’, ‘notícia’, ‘jornalismo’ ocorreram mais de uma vez no texto; ou seja, repetiram-se. A função textual-discursiva dessa repetição explica-se pelo interesse do autor em:

- A) aproximar sua linguagem dos parâmetros textuais próprios da oralidade.
- B) marcar o tema e os subtemas em torno dos quais se desenvolve seu texto.
- C) envolver, com mais leveza e descontração, o leitor nas reflexões propostas.
- D) facilitar a sistematização do uso dessas palavras em textos escritos.
- E) reiterar as normas ortográficas vigentes para essas palavras e outras afins.

11. Observe o trecho: “O terreno é minado, mas com juízo, ousadia e ética, ser jornalista é possível, é belo, é quase sublime.” A formulação do fragmento sublinhado provoca um efeito de:

- A) embate e contraste.
- B) empáfia e autoestima.
- C) presunção e arrogância.
- D) reiteração e ênfase.
- E) cautela e prevenção.

12. Analise a concordância verbo-nominal em: “Acredito também que há caminhos a percorrer para que as notícias mantenham intacta sua dignidade.” Também está correto, quanto a esse aspecto, o seguinte enunciado:

- A) Acreditou-se também que haviam caminhos a percorrer para que as notícias mantenham intactas sua dignidade.
- B) Crê-se ainda que houveram caminhos a percorrer para que as notícias mantivesse intacta sua dignidade.
- C) Acredita-se também que podem haver caminhos a percorrer para que as notícias mantenham intactas sua dignidade.
- D) Acredita-se que nenhum dos caminhos a serem percorridos mantiveram intactas a dignidade das notícias.
- E) Qual dos caminhos percorridos poderia manter intacta a dignidade das notícias? Acredita-se que poderia haver vários!

TEXTO 3

Os caminhos para envelhecer bem.

O estereótipo do idoso cheio de dores no corpo, com limitação de movimentos e vitimado por quedas, remete claramente aos problemas causados pela falta de cuidados com o sistema musculoesquelético durante as fases anteriores da vida. Ossos, músculos, articulações, cartilagens, tendões e ligamentos começam a se desgastar a partir dos 30 anos de idade. Uma alimentação balanceada é essencial para a boa saúde dessas estruturas. Mas mantê-las em movimento por meio de atividade física é fundamental para retardar a degeneração e reduzir os riscos de osteoartrose e osteoporose, doenças cuja incidência se eleva consideravelmente com o envelhecimento.

A osteoartrose é provocada pelo desgaste das cartilagens, que funcionam como um colchão que impede o atrito entre as extremidades ósseas. Quadril, joelhos e coluna vertebral são as articulações mais afetadas pela osteoartrose. (...) Não é possível preveni-la, mas movimentar as articulações estimula a circulação do líquido sinovial que lubrifica as cartilagens, contribuindo para retardar a instalação da doença.

O avanço da idade também diminui a produção de massa óssea. Os ossos tornam-se mais frágeis e porosos, levando à osteoporose, doença que atinge principalmente mulheres entre 60 e 70 anos.

A osteoporose pode levar a fraturas espontâneas e, consequentemente, a quedas, que hoje respondem por 70% das mortes acidentais dos idosos. Atividades físicas que promovam ganho de massa óssea ajudam a prevenir a doença e a promover a reversão parcial em quadros já instalados.

Para chegar aos 60 anos sem as consequências de um sistema musculoesquelético negligenciado, a atividade física deve ser incorporada à rotina ainda na infância e mantida ao longo da vida. Caminhadas diárias durante o dia, alongamento e trabalho assistido de fortalecimento muscular são suficientes para garantir bem-estar e disposição. Contudo, até uma simples caminhada requer cuidados. Buscar orientação é recomendável, seja para determinar o melhor tipo de trajeto ou a postura correta, seja para determinar o movimento mais adequado e com maior potencial de eficácia para cada pessoa.

13. A análise do conteúdo global do Texto 3 nos faz reconhecê-lo como um texto:

- A) narrativo, com especificações quanto a personagens, cenários e episódios envolvidos.
- B) injuntivo, ou seja, um texto que traz uma sequência de passos a serem cumpridos em direção a certo alvo.
- C) dissertativo, mas que se esgota na simples menção aos problemas apreciados e discutidos.
- D) descritivo, mas com uma função claramente instrutiva, de divulgação e de prevenção.
- E) expositivo, embora careça de noções básicas que fundamentem os pontos de vista defendidos.

14. O plano seguido pelo autor para o Texto 3 revela:

- A) a escolha do autor por iniciar sua análise a partir das especificações de uma das doenças em questão.
- B) cuidado com a continuidade do texto quanto à sequência com que os subtópicos são tratados.
- C) que faltou a necessária especificação de cada uma das situações apresentadas como problemáticas.
- D) notória digressão temática, pois itens do tema global não são retomados no final do texto.
- E) que o autor se restringiu à análise dos problemas sem atingir suas causas e possíveis soluções.

15. Quando o autor do texto julga que é necessário 'juntar' uma informação complementar, ele o faz sob a formulação sintática de um 'aposto', como aconteceu na alternativa:

- A) "Quadris, joelhos e coluna vertebral são as articulações mais afetadas pela osteoartrose".
- B) "Atividades físicas que promovam ganho de massa óssea ajudam a prevenir a doença e a promover a reversão parcial em quadros já instalados".
- C) "a atividade física deve ser incorporada à rotina ainda na infância e mantida ao longo da vida".
- D) "O avanço da idade também diminui a produção de massa óssea".
- E) "Os ossos tornam-se mais frágeis e porosos, levando à osteoporose, doença que atinge principalmente mulheres entre 60 e 70 anos".

16. Uma sequência de palavras-chave, ou seja, de palavras cujo sentido está mais especificamente ligado à unidade temática do Texto 3, pode ser vista em:

- A) 'o estereótipo do idoso', 'o avanço da idade', 'limitação de movimentos', 'a instalação da doença'.
- B) 'sistema musculoesquelético', 'massa óssea', 'cartilagens', 'atividade física', 'bem-estar'.
- C) 'tipo de trajeto', 'trabalho assistido', 'a instalação da doença', 'quadros já instalados'.
- D) 'a instalação da doença', 'potencial de eficácia', 'reversão parcial', 'o movimento mais adequado'.
- E) 'alimentação balanceada', 'dores no corpo', 'falta de cuidados', 'a postura correta'.

17. Analise o seguinte trecho: "Ossos, músculos, articulações, cartilagens, tendões e ligamentos começam a se desgastar a partir dos 30 anos de idade. Uma alimentação balanceada é essencial para a boa saúde dessas estruturas". A expressão sublinhada é um recurso fundamental para a compreensão do trecho, pois exige:

- 1) o uso de palavras mais próximas da oralidade.
- 2) o uso expressivo de uma palavra sinônima.
- 3) a recuperação de partes anteriores do texto.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, apenas.
- B) 2, apenas.
- C) 3, apenas.
- D) 1 e 2, apenas.
- E) 1, 2 e 3.

18. No trecho seguinte: "Para chegar aos 60 anos sem as consequências de um sistema musculoesquelético negligenciado, a atividade física deve ser incorporada à rotina ainda na infância e mantida ao longo da vida", o segmento sublinhado teria o mesmo sentido se fosse iniciado como em:

- A) Com a condição de chegar aos 60 anos...
- B) Conforme chegue aos 60 anos...
- C) Não obstante chegue aos 60 anos...
- D) Com a pretensão de chegar aos 60 anos...
- E) Entretanto, chegar aos 60 anos...

TEXTO 4

Eu, etiqueta.

Em minha calça está grudado um nome
Que não é meu de batismo ou de cartório
Um nome... estranho.

Meu blusão traz lembrete de bebida
Que jamais pus na boca, nessa vida.

Em minha camiseta, a marca de cigarro
Que não fumo, até hoje não fumei.

Minhas meias falam de produtos
Que nunca experimentei.

Mas são comunicados a meus pés.

Meu tênis é proclama colorido

De alguma coisa não provada

Por este provador de longa idade.

Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,

Minha gravata e cinto e escova e pente,

Meu copo, minha xícara,

Minha toalha de banho e sabonete,

Meu isso, meu aquilo.

Desde a cabeça ao bico dos sapatos,

São mensagens,

Letras falantes,

Gritos visuais,

Ordens de uso, abuso, reincidências.

Costume, hábito, permência,

Indispensabilidade,

E fazem de mim homem-anúncio itinerante,

Escravo da matéria anunciada.

Estou, estou na moda.

É duro andar na moda, ainda que a moda

Seja negar minha identidade.

(...)

Agora sou anúncio

Ora vulgar ora bizarro.

Em língua nacional ou em qualquer língua.

(...)

Objeto pulsante mas objeto

Que se oferece como signo dos outros

Objetos estáticos, tarifados.

Por me ostentar assim, tão orgulhoso

De ser não eu, mas artigo industrial,

Peço que meu nome retifiquem.

Já não me convém o título de homem.

Meu nome novo é Coisa.

Eu sou a Coisa, coisamente.

(Carlos Drummond de Andrade).

19. O poema de Drummond, como temática, se aproxima do Texto 1, pois:

- A) enumera os diversos produtos que compõem as opções de uso das classes que mais têm a chance de satisfazer seus desejos de consumo.
- B) critica os gostos meio excêntricos das sociedades urbanas, que pretendem encontrar a plenitude da socialização na supremacia da ação de comprar.
- C) em linguagem melancólica, deplora a passagem da condição do ser humano, com identidade própria, para a outra de 'signo', de 'anúncio' de mercadorias.
- D) propõe que fenômenos historicamente construídos, como aqueles derivados da sociedade de consumo, sejam vistos como eventos do mundo natural.
- E) ressalta que as necessidades individuais não podem sobrepujar aquelas da coletividade, mesmo que pareçam legítimas e oportunas.

20. Pela análise da composição do poema, podemos perceber que:

- 1) se trata de um poema descritivo, enumerativo, mas que conjuga um grande teor de análise e crítica.
- 2) há recorrência de negações e 'marcas de oposição', o que revela a disposição do 'eu-lírico' de rejeitar a condição de 'homem-anúncio itinerante'.
- 3) muitos versos são formulados em 'primeira pessoa', o que dá ao poema também um caráter de 'confissão' particular.
- 4) Em: "Eu sou a Coisa, coisamente", a expressão destacada constitui um 'neologismo', o que contraria o caráter culto que a língua literária deve ter.
- 5) os últimos versos têm um caráter resumitivo, no sentido de que retomam o tema principal abordado no poema.

Estão corretas apenas:

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

Noções de Informática

21. Num PC rodando o sistema operacional Linux , quando se deseja obter informações de ajuda sobre um utilitário 'du', deve-se executar o comando:
- A) help du.
 - B) ajuda du.
 - C) manual du.
 - D) man du.
 - E) howto du.
22. No sistema operacional Microsoft Windows 7, para se estender ou diminuir o tamanho de uma partição 'C', deve-se utilizar:
- A) a aba geral, das propriedades do disco, do gerenciador de dispositivos.
 - B) o gerenciamento do computador, nas ferramentas administrativas, do painel de controle.
 - C) a aba geral, das propriedades da partição 'C', no Windows Explorer.
 - D) o gerenciador de volumes, das propriedades da partição 'C', no modo de segurança.
 - E) a opção expandir/diminuir, do menu gerenciamento, da central de ações, do painel de controle.
23. No sistema operacional Microsoft Windows 8, uma forma rápida de acessar o botão liga/desliga é através do atalho:
- A) Windows + A.
 - B) ALT + C.
 - C) Windows + I.
 - D) CTRL + ALT + H.
 - E) Windows + H.
24. Considere as informações abaixo extraídas de uma tela de informações sobre o sistema de um notebook executando o sistema operacional Microsoft Windows 8.

Sistema	
Classificação:	5,8 Índice de Experiência do Windows
Processador:	Intel(R) Core(TM) i5-3320M CPU @ 2.60GHz 2.60 GHz
Memória instalada (RAM):	6,00 GB (utilizável: 5,82 GB)
Tipo de sistema:	Sistema Operacional de 64 bits, processador com base em x64
Caneta e Toque:	Nenhuma Entrada à Caneta ou por Toque está disponível para este vídeo

Sobre a memória deste computador, é possível afirmar com certeza que o mesmo possui:

- A) um único módulo de memória de 6GB.
 - B) dois módulos de memória de 3GB.
 - C) pelo menos, um módulo de memória de 2GB.
 - D) dois módulos de memória de 1GB.
 - E) um módulo de memória defeituoso.
25. Avalie as seguintes afirmações a respeito das propriedades do mouse, disponíveis a partir do painel de controle do sistema operacional Microsoft Windows 7.
- 1) Na aba Roda, é possível configurar a rolagem vertical, tanto em número de linhas de cada vez como em número de telas de cada vez.
 - 2) Para inverter as funções dos botões esquerdo e direito, basta marcar a opção 'Alternar entre os botões primário e secundário' na aba Botões.
 - 3) Na aba Opções do Ponteiro, é possível ativar a configuração para mostrar o local do ponteiro quando a tecla SHIFT for pressionada.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, apenas.
- B) 1 e 2, apenas.
- C) 2 e 3, apenas.
- D) 2, apenas.
- E) 1, 2 e 3.

26. Considere a figura abaixo extraída de uma planilha do aplicativo Microsoft Office Excel 2010.

	1.15	R\$ 1,15	
	22.25	R\$ 22,25	
	30.00	R\$ 30,00	
	42.42	R\$ 42,42	

Sabendo que os dados das células da coluna da direita são do tipo moeda, e que a célula que contém o valor R\$ 1,15 é E18, assinale a alternativa que apresenta uma fórmula correta e capaz de transformar os dados da coluna da esquerda nos dados da coluna da direita.

- A) =VALOR(SUBSTITUIR(D18;".",";"))
B) =NUMERO(D18)
C) =NUM(SUBST(E18;',';'))
D) =MOEDA(D18)
E) =MOEDA(SUBSTITUIR(D18;".",";"))
27. O aplicativo do OpenOffice cuja finalidade é similar ao Microsoft Office Powerpoint, é o:
- A) Draw.
B) Impress.
C) Writer.
D) Base.
E) Presenter.
28. No aplicativo Microsoft Office Excel 2010 em sua configuração original, a partir do botão Excluir, existe opção para excluir qualquer um dos elementos abaixo, EXCETO:
- A) células.
B) planilha.
C) linhas da planilha.
D) colunas da planilha.
E) tabela.
29. A ferramenta Localização Avançada, disponível a partir do botão Localizar do aplicativo Microsoft Office Word 2010 em sua configuração original, permite o uso de caracteres 'curinga' na especificação do texto que se pretende localizar. As expressões 'Uma ou mais ocorrências do caractere ou expressão anterior' e 'Qualquer sequência de caracteres' podem ser representados respectivamente por:
- A) '@' e '*'
B) '?' e '*'
C) '&' e '\$'
D) '\$' e '@'
E) '%' e '&'
30. Para o aplicativo Microsoft Office Powerpoint 2010, 'Colmeia', 'Xadrez' e 'Relógio' são exemplos de:
- A) layouts.
B) efeitos.
C) temas.
D) animações.
E) transições.

31. O navegador Google Chrome é um dos aplicativos gratuitos disponíveis para acessar as páginas da Internet. Analise as afirmações abaixo a respeito do Google Chrome.

- 1) Para se fixar uma guia na barra de guias, deve-se clicar com o botão direito do mouse na guia e escolher a opção 'Fixar guia'.
- 2) O Google Chrome possui seu próprio gerenciador de tarefas, que pode ser iniciado através do atalho SHIFT+ESC.
- 3) A ferramenta 'Criar atalhos de aplicativos' possibilita a criação de um atalho na área de trabalho para a página atual da guia.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, apenas.
B) 1 e 2, apenas.
C) 2, apenas.
D) 2 e 3, apenas.
E) 1, 2 e 3.

32. Em sua configuração original, por padrão, o navegador Mozilla Firefox salva os arquivos baixados pelo usuário 'jonas' na pasta _____. Contudo, é possível alterar esse comportamento marcando a opção 'Sempre perguntar onde salvar arquivos' no item _____ do menu _____.

A alternativa que preenche corretamente as lacunas é:

- A) C:\Usuários\jonas\Área de Trabalho; Arquivos; Ferramentas
B) C:\Usuários\jonas\Downloads; Opções; Ferramentas
C) C:\Usuários\jonas\Downloads Recentes\Firefox; Opções; Editar
D) C:\Usuários\jonas\Downloads\Firefox; Downloads; Exibir
E) C:\Usuários\jonas\Documentos; Opções; Arquivo

33. Avalie as seguintes afirmações sobre o navegador Microsoft Internet Explorer 10 em sua configuração original.

- 1) É possível configurar para que as novas guias sejam carregadas em primeiro plano.
- 2) Ao sair, o histórico de navegação é automaticamente excluído.
- 3) É mantida a lista dos sites visitados nos últimos vinte dias.

Está(ão) correta(s):

- A) 1, apenas.
B) 1 e 2, apenas.
C) 2, apenas.
D) 1 e 3, apenas.
E) 1, 2 e 3.

34. Um endereço de e-mail é composto por um nome de usuário, seguido do símbolo '@', seguido de um domínio. Por exemplo, no endereço 'ricardo@gmail.com', o nome de usuário é 'ricardo' e o domínio é 'gmail.com'. Assinale a alternativa correta em relação aos campos de um endereço de e-mail.
- A) O campo domínio não pode conter caracteres numéricos.
 - B) O campo nome de usuário não pode conter caracteres numéricos.
 - C) O campo domínio não pode conter letras maiúsculas.
 - D) No campo nome de usuário é indiferente o uso de maiúsculas e minúsculas.
 - E) No campo domínio, é indiferente o uso de maiúsculas e minúsculas.
35. No aplicativo Microsoft Office Outlook 2010, na janela de composição de mensagens, na guia Opções, existe uma opção para redirecionar as respostas das mensagens para um outro endereço de e-mail. Se utilizada, esta opção modifica a forma como o preenchimento das respostas é realizado nos destinatários. Estamos falando da opção:
- A) Cc.
 - B) Cco.
 - C) Direcionar respostas para.
 - D) Siga-me.
 - E) Auto-reply para.

Conhecimentos Específicos

36. O discurso jornalístico organiza-se no intuito de promover um efeito de real. Entre os recursos abaixo, qual aquele que pode não alcançar o efeito de sentido necessário para que o discurso jornalístico não apenas represente o real, mas esteja ancorado, de fato, no real?
- A) O recurso das aspas, chamado de citação direta, reproduzindo a fala tal como se deu.
 - B) A transmissão "ao vivo" na televisão.
 - C) A fotografia de caráter testemunhal.
 - D) O uso de imagens, áudio e vídeo de quem testemunhou o ocorrido e a possibilidade da interatividade no web-jornalismo.
 - E) A narrativa subjetiva construída a partir de pautas não vinculadas a datas definidas e fatos imediatos.
37. Entre as teorias do jornalismo, a Teoria do Agendamento afirma que:
- A) o jornalismo é o espelho do real.
 - B) o jornalista é quem decide ou seleciona se uma informação será publicada ou não.
 - C) os consumidores de notícia tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa.
 - D) as notícias servem objetivamente a determinados interesses políticos.
 - E) para o jornalista, as normas editoriais são mais importantes que as crenças individuais.
38. Entre as características descritas abaixo, assinale aquela que não se aplica ao rádio.
- A) Sem grandes complicações tecnológicas, o rádio tem a vantagem de poder falar para milhões de pessoas.
 - B) O rádio possui caráter imediato, possibilitando que o ouvinte se inteire dos fatos no momento em que acontecem.
 - C) Os custos para implantação e manutenção de uma emissora radiofônica são tão altos quanto os de outros meios de comunicação.
 - D) A maior dificuldade para se montar uma rádio diz respeito à obtenção de uma frequência de transmissão, pois elas são uma concessão governamental.
 - E) O rádio é um veículo com grande mobilidade e acessível para a maior parte da população.

39. Qual das afirmações abaixo não procede em relação à estrutura da TV aberta e as suas consequências no jornalismo?
- A) A programação da TV aberta tem um ritmo contundente, próprio de sua natureza como meio de comunicação de massa, e acaba voltada à transmissão de notícias de maneira breve.
 - B) O jornalismo na TV aberta não deve considerar como vai tratar uma notícia já que ela é um veículo de grande alcance, não distingue classe social ou econômica e pode ser vista e ouvida de várias maneiras diferentes.
 - C) A informação na TV numa transmissão ao vivo é captada de uma só vez, no exato momento em que é emitida, portanto, não tem como voltar atrás e ver de novo, como em jornais ou revistas.
 - D) A medição do interesse do telespectador orienta a programação e o índice de audiência interfere de modo direto nas decisões editoriais.
 - E) A TV tem hoje uma agilidade muito grande para transmitir uma informação, porque o aparato técnico para transmissão está muito simplificado.
40. As novas tecnologias e a transformação nas formas de produção e de relação com o público têm provocado mudanças estruturais no jornalismo. Entre as afirmações abaixo, qual a que não poderia ser apontada como uma das bases dessas mudanças?
- A) A multiplicação de produtos, conteúdos e perfis profissionais: novos jornalismo (engajado, amador, multimídia, institucional) tem se colocado ao lado das práticas e mídias historicamente consolidadas no meio jornalístico.
 - B) A redefinição do status do jornalista e da empresa de comunicação: pelos questionamentos à autoridade e à credibilidade desses atores.
 - C) O processo crescente de integração das redações e das práticas a partir das novas tecnologias.
 - D) Definição precisa das fronteiras entre público e privado, entre os meios de massa e os meios de comunicação privados/individuais.
 - E) Competição por novos mercados e alterações nas condições econômicas das empresas jornalísticas.
41. Podemos considerar um jornal ou uma emissora de rádio como meios de comunicação comunitária, se eles:
- A) integrarem a imprensa de um bairro ou de uma cidade do interior.
 - B) forem produzidos pela comunidade e para a comunidade, visando o interesse público.
 - C) informarem sobre as festividades e os eventos de uma localidade.
 - D) forem produzidos por um líder político ou religioso de uma comunidade com objetivos doutrinários.
 - E) estiverem sob responsabilidade de um editor liberal que, paternalmente, auxilia os moradores de uma região, apoiando suas reivindicações e mobilizando os integrantes dessa comunidade por laços sentimentais.
42. Sobre a reportagem especial, é correto afirmar o que segue:
- A) é um relato formal e seco de um fato.
 - B) usa uma pauta complexa que aponta para causas, contextos e consequências de um fato.
 - C) atém-se à compreensão imediata dos dados essenciais.
 - D) não trabalha a interpretação do fato.
 - E) sua pauta é centrada na indicação de fatos programados.
43. O trabalho de compor títulos, textos, gráficos, fotos, mapas e ilustrações na página, de forma equilibrada e atraente, chama-se:
- A) Fotocomposição.
 - B) Formatação.
 - C) Edição.
 - D) Padronização.
 - E) Diagramação.
44. O *lead* noticioso deve:
- A) retardar a entrada no assunto específico do texto para criar expectativa no leitor.
 - B) evitar responder as questões principais em torno de um fato.
 - C) introduzir o leitor no texto e prender sua atenção.
 - D) ser redigido em ordem indireta.
 - E) começar, preferencialmente, com uma declaração entre aspas.
45. Quando um entrevistado é submetido a perguntas de vários repórteres, representando diversos veículos em um ambiente formal, temos uma entrevista do tipo:
- A) Testemunhal.
 - B) Ocasional.
 - C) Dialogal.
 - D) Coletiva.
 - E) Em profundidade.
46. A pauta é o primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos. Sobre esse item, assinale a alternativa incorreta.
- A) A pauta deve conter a relação das fontes a serem procuradas para o levantamento das informações.
 - B) A pauta deve apontar o direcionamento a ser dado à matéria.
 - C) A pauta deve trazer um resumo do fato a ser apurado.
 - D) A pauta deve ser seguida à risca, e o repórter não pode desviar-se dela sob hipótese alguma.
 - E) A pauta tem como um de seus objetivos auxiliar o planejamento da edição.

47. Assinale, entre as alternativas abaixo, a que não segue corretamente as regras gerais das normas de redação jornalística com relação à grafia de numerais.
- A) O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial vai oferecer 380 vagas em 4 escolas do interior.
 - B) No lugar das 20 casas e da área verde do terreno serão construídos quatro prédios residenciais.
 - C) Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) anuncia geração de 260 mil empregos.
 - D) Foram expedidos 81 mandados de busca e apreensão em 17 cidades.
 - E) Dez empresas do setor alimentício acumularam perdas acima de 10%.
48. A reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior chama-se:
- A) *feature*.
 - B) *press release*.
 - C) *suíte*.
 - D) *barriga*.
 - E) *cozinha*.
49. A expressão *off the record* designa:
- A) instruções sobre a execução de uma tarefa.
 - B) reescrita de texto publicado em outro veículo.
 - C) informação fornecida por assessoria de imprensa.
 - D) informação de fonte que se mantém anônima.
 - E) notícia não confirmada.
50. Os manuais de redação recomendam que o uso de adjetivos em textos noticiosos informativos deve ser feito com cuidado e deve-se evitar juízo de valor. Entre os supostos títulos de matérias abaixo, qual o que não segue essa recomendação?
- A) As fracas chuvas que ocorreram em janeiro aumentaram o risco de racionamento de energia.
 - B) Novos orientadores de trânsito começam a atuar hoje no bairro de Boa Viagem.
 - C) Os titulares do time realizaram apenas um leve treinamento.
 - D) O velejador alcançou uma marca inédita para um atleta local.
 - E) O artista trabalha com telas grandes e a exposição está sendo realizada em um feio edifício de estilo clássico.
51. No jornal, o texto curto que aparece cercado por fios, em associação com outro texto mais longo, chama-se:
- A) cabeçalho.
 - B) boneca.
 - C) chamada.
 - D) artigo.
 - E) box.
52. Escolher os temas mais importantes da pauta, conceber as páginas e seu conjunto de forma a apresentar de maneira ordenada e mais relevante, as notícias caracteriza o processo de.
- A) copidescagem.
 - B) edição.
 - C) classificação de fontes.
 - D) confecção do espelho.
 - E) cobertura.
53. Entre os gêneros jornalísticos abaixo, qual deles deve vir sempre com a assinatura do autor?
- A) Editorial.
 - B) Notícia.
 - C) Nota.
 - D) Artigo.
 - E) Entrevista.
54. O texto curto, na primeira página, que resume as informações publicadas pelo jornal a respeito de um assunto, é conhecido como:
- A) calhau.
 - B) chapéu.
 - C) chamada.
 - D) flash.
 - E) grade.
55. Grande parte das matérias de uma publicação é ilustrada por uma foto, gráfico ou ilustração. Essas ilustrações vem sempre acompanhadas por uma legenda ou um texto-legenda. No caso das legendas fotográficas, que orientação é inaceitável?
- A) A legenda deve ser uma frase curta descrevendo a foto e dando informação relevante sobre o fato fotografado.
 - B) A legenda deve simplesmente descrever aquilo que está visível para o leitor.
 - C) A legenda deve usar o verbo no presente (o presente do momento em que a foto foi tirada).
 - D) Em fotos de ação, a legenda deve contextualizar o momento.
 - E) No boneco fotográfico, a legenda deve conter nome e condição ou cargo da pessoa.
56. Entre as alternativas abaixo, qual a que não segue as principais convenções adotadas por jornais, revistas e assessoria de imprensa na redação de uma notícia informativa?
- A) “O objetivo desta reunião não é transformá-la em um circo para o público externo”, disse o embaixador do Brasil, Breno Dias da Costa.
 - B) O governador Sérgio Cabral solicitou o apoio de forças federais no combate aos ataques de organizações criminosas em comunidades pacificadas no Rio.
 - C) O doutor Ricardo Nitri anunciou ontem, no final da tarde, a morte do ex-jogador Hideraldo Luís Bellini.
 - D) Hoje, a partir das 14h, o Espaço Cultural Dominginhos, comemora dois anos de atuação com show do cantor Genival Lacerda.
 - E) O comércio espera crescimento da venda de ovos de Páscoa em 2014.

57. Na edição de uma matéria, o “olho” tem como função completar a informação titulada. Dessa forma, esse recurso:
- A) repete fatos titulados ou palavras já usadas no título.
 - B) não deve conter verbos.
 - C) deixa, em tese, o editor/redator mais limitado para a criação do título, pois o detalhe da informação será dado depois que o título tiver tido efeito.
 - D) repete palavras já usadas no chapéu.
 - E) pode destacar uma frase significativa contida no texto.
58. O moderno planejamento visual e as novas possibilidades de editoração dão mais facilidade para se contar uma história. A partir disso, podemos dizer que o infográfico é um recurso que:
- A) potencializa a carga informativa da página ou da tela e torna a comunicação mais funcional.
 - B) deve ser encarado como um elemento secundário na página ou na tela.
 - C) serve para decorar a página ou a tela e, portanto, não precisa ser claro ou simples de entender.
 - D) é preocupação apenas do diagramador.
 - E) desmerece o trabalho do jornalista por dar à imagem a mesma relevância do texto.
59. No livro *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia*, Cláudia Lemos e Rozélia Gáudio afirmam que um veículo empresarial é ao mesmo tempo jornalístico e institucional. Diante desse ponto de vista, é incorreto afirmar que:
- A) a atualidade deve fazer parte dos conteúdos veiculados nessas publicações, entendendo-a como os fatos que formam o presente da empresa.
 - B) nos veículos de comunicação, as matérias feitas pelos repórteres passam pelo crivo dos editores antes de serem veiculadas e, nas publicações empresariais, precisam do aval da empresa para se fazer circular.
 - C) esse veículo deve respeitar a inserção institucional e as políticas interna e externa da organização.
 - D) um veículo empresarial não precisa apresentar as qualidades do bom jornalismo, entre elas, periodicidade, rigorosa apuração das informações, texto informativo e estilo objetivo.
 - E) o critério mais válido para determinar o conceito de notícia na empresa é a política empresarial por ela adotada.
60. Qual atividade entre as descritas abaixo não é da responsabilidade do jornalista numa assessoria de imprensa?
- A) Relacionamento com os veículos de Comunicação Social, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado.
 - B) Pressão junto a pessoas com poder de decisão em favor do assessorado.
 - C) Edição de periódicos destinados ao público externo e interno.
 - D) Controle e arquivo de informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação.
 - E) Participação na definição de estratégias de comunicação.
61. *Release* é o material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação. O *release* do tipo “dirigido” é aquele em que o texto:
- A) se atém apenas aos detalhes principais do fato.
 - B) é baseado em entrevista, na qual o assessorado expressa sua opinião.
 - C) é produzido levando em consideração as particularidades de um determinado espaço jornalístico e distribuído para apenas um colunista.
 - D) é produzido por solicitação de um veículo de comunicação que não pode cobrir o acontecimento em que o assessorado está envolvido.
 - E) é opinativo e sua redação final é dada pelo jornalista com base em um esboço elaborado pelo assessorado.
62. A confecção de títulos para *releases* segue as convenções adotadas pelos jornais e revistas. Qual ação entre as descritas abaixo deve ser observada na redação de um título?
- A) Privilegiar o uso de expressões ambíguas e jogos de palavras.
 - B) Usar os verbos no passado e na voz passiva.
 - C) Usar artigos definidos ou indefinidos no início do título.
 - D) Usar os verbos no presente e na voz ativa.
 - E) Colocar sempre o nome da entidade ou da empresa.
63. Um pequeno programa informativo, com no máximo cinco minutos de duração, distribuído ao longo da programação de uma emissora de rádio, é usualmente chamado de:
- A) Crônica.
 - B) Boletim.
 - C) Nota.
 - D) Charge.
 - E) Comentário.

64. O texto jornalístico de TV é escrito para ser falado pelo apresentador e bem ouvido pelo telespectador. Na elaboração de um *release* para emissora de televisão, deve-se, portanto:
- A) colocar rimas e palavras com a mesma terminação.
 - B) ser redundante.
 - C) escrever frases longas e com ritmo agressivo.
 - D) colocar pausas e pontuação correta para permitir o apresentador respirar.
 - E) usar as formas verbais no tempo do futuro simples.
65. Critérios de noticiabilidade do jornalismo são o conjunto de valores-notícia que irão determinar se um acontecimento é ou não notícia. Entre os critérios abaixo, qual o que não se aplica a uma revista customizada?
- A) Conflito.
 - B) Importância.
 - C) Utilidade.
 - D) Originalidade.
 - E) Interesse humano.
66. O *press-kit* é um conjunto informativo destinado à divulgação de fato jornalístico, de forma a auxiliar o trabalho dos jornalistas de diferentes veículos de comunicação. No *press-kit* de convocação para um evento de grande porte, qual elemento entre os descritos abaixo não deve ser incluído?
- A) Release padrão contendo os dados mais relevantes a respeito do acontecimento.
 - B) Definição das pautas a serem realizadas.
 - C) Histórico das edições anteriores do evento e da entidade promotora.
 - D) Programação detalhada e mapa de localização de salas, estandes, coordenação do evento e assessoria de imprensa.
 - E) Currículo e fotos dos principais palestrantes.
67. Na elaboração de um *house-organ* impresso em uma empresa ou instituição, qual, entre as atividades descritas abaixo, não é de responsabilidade da assessoria de imprensa?
- A) Recolher, através de entrevistas e outros meios, as informações que não puderam ser fornecidas pela empresa ou instituição.
 - B) Acompanhar os processos de diagramação, montagem, composição e impressão de cada edição do jornal, para garantir sua qualidade.
 - C) Obter orçamentos junto a diversas gráficas, para que a empresa ou instituição opte por uma delas.
 - D) Indicar os membros da diretoria da empresa ou instituição e do seu quadro social que tenham condições de fornecer informações para a elaboração de matérias.
 - E) Seguir as determinações do projeto editorial e gráfico da publicação.
68. Entre as publicações feitas pela assessoria de imprensa de uma empresa, o *newsletter* vem cada vez mais sendo utilizado, incluindo a sua versão eletrônica. Podemos definir o *newsletter* como:
- A) Veículo impresso, noticioso e periódico, de tiragem regular. Presta-se ao jornalismo informativo, interpretativo e opinativo.
 - B) Publicação periódica que trata de assuntos de interesse geral ou ramo de conhecimento. O tratamento das notícias é mais livre e interpretativo. Além disso, tem melhor tratamento gráfico, e estilo redacional mais ameno.
 - C) Boletim informativo, constituído de notícias ou por mensagens de interesse especial, para um público específico. Pode ter caráter jornalístico (publicação dirigida, especializada, distribuída apenas a um determinado público) ou institucional.
 - D) Veículo impresso, periódico, de comunicação institucional, distribuído gratuitamente e dirigido ao público interno (colaboradores e cooperados), e ou a determinados segmentos do público externo (fornecedores, clientes).
 - E) Veículo rápido, adequado para as mensagens informativas. Difere do jornal e da revista por suas características de estilo redacional (menor variedade temática), de difusão e de periodicidade.
69. Na relação do assessorado com a imprensa qual dos procedimentos descritos abaixo não deve ser seguido pelo jornalista responsável pela assessoria de imprensa de uma instituição?
- A) Orientar o assessorado para realizar apenas as entrevistas de maior interesse da instituição e solicitadas por veículos de grande circulação ou audiência.
 - B) Se o assessorado for procurado pelos repórteres para falar sobre uma crise por que passa a instituição, prepará-lo, fornecendo todos os dados possíveis.
 - C) Em uma entrevista para a televisão, instruir o assessorado para dar respostas breves, claras, diretas e com dados concretos de modo a aproveitar bem o tempo, pois, em geral, elas duram poucos minutos.
 - D) Orientar o assessorado para, no caso de ele ser procurado por repórteres e não puder fornecer uma determinada informação, mesmo assim recebê-los, explicando a razão da impossibilidade de divulgar os dados solicitados.
 - E) Orientar ao assessorado para não ir a uma entrevista com um discurso preparado. É preferível que ele faça notas breves que sirvam como um roteiro para ajudá-lo na condução das respostas, de modo que a entrevista tenha um tom de conversa.

- 70.** A clipagem consiste na coleta e no arquivamento de todo o material publicado sobre um assessorado. Sobre o processo de clipagem, é incorreto afirmar o que segue.
- A) A boa clipagem não consiste apenas em coletar os dados, mas também analisá-lo.
 - B) A taxação do material proveniente de periódicos deve ser realizado em formulário apropriado contendo informações sobre cada veículo pesquisado, data de publicação, editoria ou seção e página.
 - C) Apenas a análise quantitativa das matérias veiculadas deve constar no relatório de atividades entregue ao assessorado.
 - D) Existe hoje a clipagem na web feita por um robô de busca que encontra automaticamente notícias sobre um certo tema e as envia por e-mail para o cliente.
 - E) Se o assessorado participou de programas de rádio e de televisão, pode-se anexar cópias em áudio e vídeo destas entrevistas ao relatório de atividades.
- 71.** A globalização e o advento das novas tecnologias estão provocando grandes mudanças no mercado da propaganda contemporânea. Diante desse fato qual das afirmativas abaixo, não acompanha essa realidade?
- A) Nos últimos anos, tem havido uma explosão dos novos meios de comunicação muito mais segmentados, interativos e complexos.
 - B) A publicidade *on line* está se transformando em valiosa ferramenta de comunicação persuasiva interativa e possível de ser dirigida de modo personalizado e individualizado para os consumidores.
 - C) As agências de propaganda devem concentrar todos os seus investimentos nas novas mídias, uma vez que as mídias tradicionais deverão desaparecer.
 - D) A publicidade na web pode ser considerada relativamente pouco dispendiosa e rápida, transferindo a mensagem com cor, som e movimento, para qualquer parte do mundo, a uma fração do custo das mídias tradicionais.
 - E) Em uma campanha publicitária global, deve-se adotar uma estratégia mundial para a marca e comunicar essa estratégia de maneira relevante aos consumidores reconhecendo e respeitando a sua cultura local.
- 72.** No desenvolvimento de uma campanha de propaganda, deve-se em primeiro lugar:
- A) criar e elaborar a mensagem.
 - B) conhecer o público-alvo.
 - C) encontrar a mídia mais eficaz em termos de custo.
 - D) selecionar os veículos específicos.
 - E) analisar a campanha em termos de responsabilidade social.
- 73.** O slogan "DIVERSIDADE SEXUAL – Viva e deixe o outro viver" tem como objetivo mudar a crença de alguém sobre alguma coisa, uma das características de uma campanha do tipo:
- A) Comercial.
 - B) Institucional.
 - C) Promocional.
 - D) Educativa.
 - E) Corporativa.
- 74.** A propaganda institucional tem como principal propósito:
- A) divulgar mensagens em veículos de comunicação de massa com o objetivo de criar, modificar ou fortalecer a imagem de uma organização.
 - B) mostrar feitos e atuação de um governo de modo a consolidar a sua imagem perante a opinião pública.
 - C) divulgar a promoção de venda de produtos e serviços.
 - D) fazer a publicidade de programas e obras de modo a promover a imagem das autoridades e dos servidores públicos.
 - E) educar e orientar a população sobre um determinado assunto.
- 75.** Slogan é um recurso usado na propaganda comercial, política e institucional. Sua força persuasiva será mais eficiente se:
- A) o seu esquema de construção for complexo e retratar a linguagem culta.
 - B) ele se fixar na percepção momentânea e em sutilezas sensoriais.
 - C) expandir e alargar as informações consideradas mais relevantes.
 - D) agregar valores variados de uma empresa, de um produto ou serviço.
 - E) atingir o público alvo, com frases curtas, diretas e de fácil memorização.
- 76.** Na veiculação de uma campanha publicitária, qual a vantagem apresentada pelo rádio?
- A) É uma mídia em grande e reconhecida expansão.
 - B) É eficaz na seletividade do público-alvo.
 - C) É uma mídia barata e rápida na transmissão da mensagem.
 - D) Fixa a mensagem perto do ponto de venda.
 - E) Possibilita rápida atualização da mensagem.
- 77.** O advento das novas tecnologias e a internet estão mudando o perfil dos profissionais do jornalismo. Entre as habilidades requeridas para o bom jornalista, qual delas incorpora as novas aptidões necessárias para o exercício do profissional multimídia e que sem seu conhecimento não é possível o exercício da profissão?
- A) Ter capacidade para observar e questionar os fatos.
 - B) Dispor de uma sólida bagagem cultural.
 - C) Ter capacidade para trabalhar em rede e apresentar informações em múltiplos formatos.
 - D) Dispor de conhecimento aprofundado de linguagens para web, como HTML, Java, etc.
 - E) Saber fazer uma boa apuração e trabalhar com banco de dados.

78. A interatividade e as redes sociais deram um novo papel ao consumidor de notícias pela internet. Os leitores acompanham as notícias em tempo real, questionando-as e acrescentando informações. Diante desta nova realidade, qual deve ser o comportamento do jornalista no exercício do jornalismo na web?

- A) Ignorar os erros de informação apontados pelo internauta.
- B) Envolver-se com os leitores, investindo na complementação de informações e atualização das notícias mais lidas e comentadas pelos internautas.
- C) Publicar sem checar os conteúdos gerados pelos usuários da web.
- D) Evitar fazer pautas a partir de assuntos que estejam em evidência nas redes sociais.
- E) Priorizar o jornal impresso em vez da web para a divulgação das notícias mais importantes.

79. Dados estatísticos são muito utilizados no jornalismo. Felipe Pena, no livro *Teoria do Jornalismo*, observa que, antes de veicular informações coletadas em qualquer tipo de pesquisa, principalmente se ela usar o método quantitativo, alguns cuidados podem ser tomados de modo a garantir a qualidade da matéria a ser produzida. Qual recomendação entre as descritas abaixo pode ajudar nesse sentido?

- A) Saber quem encomendou a pesquisa, entender a sua metodologia e conhecer a amostragem da pesquisa.
- B) Só confiar em pesquisa com metodologia desenvolvida pelo próprio jornalista.
- C) Informar na matéria a instituição que realizou a pesquisa.
- D) Dar preferência a pesquisas fornecidas por fontes oficiais com vínculo direto com o assunto em questão.
- E) Só usar informações de pesquisa em último caso.

80. O Jornalismo Guiado por Dados (JGD) é uma atividade em expansão no mundo globalizado e que de certa forma atualiza os procedimentos de busca da chamada Reportagem Assistida por Computador (RAC). No Brasil, alguns veículos já criaram suas equipes de JGD, a exemplo do jornal *O Estado de São Paulo*, mas algumas dificuldades são observadas para expansão da atividade no país. Entre as atitudes abaixo, qual delas pode dificultar este desenvolvimento?

- A) Aquisição de conhecimento básico de métodos de pesquisa e de gestão de dados.
- B) Convicção de que a tecnologia devidamente aplicada ao que é catalogável, quantificável e comparável pode dizer algo sobre um fato.
- C) Capacidade para juntar informações, filtrar e visualizar o que está acontecendo pelas conexões existentes hoje no mundo globalizado.
- D) Rejeição ao pensamento lógico, racional e quantitativo.
- E) Seguir o exemplo de organizações, além das mídias tradicionais, que, em seus sites, estão mostrando dados ao público com interessante trabalho de design e visualização.