

PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO JÚNIOR JORNALISMO

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

01 - O candidato recebeu do fiscal o seguinte material:

a) este **CADERNO DE QUESTÕES**, com o enunciado das 70 (setenta) questões objetivas, sem repetição ou falha, com a seguinte distribuição:

CONHECIMENTOS BÁSICOS				CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS	
LÍNGUA PORTUGUESA		LÍNGUA INGLESA			
Questões	Pontuação	Questões	Pontuação	Questões	Pontuação
1 a 10	1,0 cada	11 a 20	1,0 cada	21 a 70	1,0 cada
Total: 20,0 pontos				Total: 50,0 pontos	
Total: 70,0 pontos					

b) **CARTÃO-RESPOSTA** destinado às respostas das questões objetivas formuladas nas provas.

02 - O candidato deve verificar se este material está em ordem e se o seu nome e número de inscrição conferem com os que aparecem no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso não esteja nessas condições, o fato deve ser **IMEDIATAMENTE** notificado ao fiscal.

03 - Após a conferência, o candidato deverá assinar, no espaço próprio do **CARTÃO-RESPOSTA**, com **caneta esferográfica de tinta preta, fabricada em material transparente**.

04 - No **CARTÃO-RESPOSTA**, a marcação das letras correspondentes às respostas certas deve ser feita cobrindo a letra e preenchendo todo o espaço compreendido pelos círculos, com **caneta esferográfica de tinta preta, fabricada em material transparente**, de forma contínua e densa. A leitura ótica do **CARTÃO-RESPOSTA** é sensível a marcas escuras; portanto, os campos de marcação devem ser preenchidos completamente, sem deixar claros.

Exemplo: (A) ● (C) (D) (E)

05 - O candidato deve ter muito cuidado com o **CARTÃO-RESPOSTA**, para não o **DOBRAR, AMASSAR ou MANCHAR**. O **CARTÃO-RESPOSTA SOMENTE** poderá ser substituído se, no ato da entrega ao candidato, já estiver danificado.

06 - Imediatamente após a autorização para o início das provas, o candidato deve conferir se este **CADERNO DE QUESTÕES** está em ordem e com todas as páginas. Caso não esteja nessas condições, o fato deve ser **IMEDIATAMENTE** notificado ao fiscal.

07 - As questões objetivas são identificadas pelo número que se situa acima de seu enunciado.

08 - Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas 5 alternativas classificadas com as letras (A), (B), (C), (D) e (E); só uma responde adequadamente ao quesito proposto. O candidato só deve assinalar **UMA RESPOSTA**: a marcação em mais de uma alternativa anula a questão, **MESMO QUE UMA DAS RESPOSTAS ESTEJA CORRETA**.

09 - **SERÁ ELIMINADO** deste Processo Seletivo Público o candidato que:

a) for surpreendido, durante as provas, em qualquer tipo de comunicação com outro candidato;

b) portar ou usar, durante a realização das provas, aparelhos sonoros, fonográficos, de comunicação ou de registro, eletrônicos ou não, tais como agendas, relógios de qualquer natureza, *notebook*, transmissor de dados e mensagens, máquina fotográfica, telefones celulares, *paggers*, microcomputadores portáteis e/ou similares;

c) se ausentar da sala em que se realizam as provas levando consigo o **CADERNO DE QUESTÕES** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**;

d) se recusar a entregar o **CADERNO DE QUESTÕES** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**, quando terminar o tempo estabelecido;

e) não assinar a **LISTA DE PRESENÇA** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**.

Obs. O candidato só poderá ausentar-se do recinto das provas após **2 (duas) horas** contadas a partir do efetivo início das mesmas. Por motivos de segurança, o candidato **NÃO PODERÁ LEVAR O CADERNO DE QUESTÕES**, a qualquer momento.

10 - O candidato deve reservar os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu **CARTÃO-RESPOSTA**. Os rascunhos e as marcações assinaladas no **CADERNO DE QUESTÕES NÃO SERÃO LEVADOS EM CONTA**.

11 - O candidato deve, ao terminar as provas, entregar ao fiscal o **CADERNO DE QUESTÕES** e o **CARTÃO-RESPOSTA** e **ASSINAR A LISTA DE PRESENÇA**.

12 - **O TEMPO DISPONÍVEL PARA ESTAS PROVAS DE QUESTÕES OBJETIVAS É DE 4 (QUATRO) HORAS E 30 (TRINTA) MINUTOS**, já incluído o tempo para marcação do seu **CARTÃO-RESPOSTA**, findo o qual o candidato deverá, obrigatoriamente, entregar o **CARTÃO-RESPOSTA** e o **CADERNO DE QUESTÕES**.

13 - As questões e os gabaritos das Provas Objetivas serão divulgados a partir do primeiro dia útil após sua realização, no endereço eletrônico da **FUNDAÇÃO CESGRANRIO** (<http://www.cesgranrio.org.br>).

CONHECIMENTOS BÁSICOS

LÍNGUA PORTUGUESA

Memórias Póstumas de Brás Cubas

Lobo Neves, a princípio, metia-me grandes sustos. Pura ilusão! Como adorasse a mulher, não se vexava de mo dizer muitas vezes; achava que Virgília era a perfeição mesma, um conjunto de qualidades sólidas e finas, amorável, elegante, austera, um modelo. E a confiança não parava aí. De fresta que era, chegou a porta escancarada. Um dia confessou-me que trazia uma triste carcoma na existência; faltava-lhe a glória pública. Animei-o; disse-lhe muitas coisas bonitas, que ele ouviu com aquela unção religiosa de um desejo que não quer acabar de morrer; então compreendi que a ambição dele andava cansada de bater as asas, sem poder abrir o voo. Dias depois disse-me todos os seus tédios e desfalecimentos, as amarguras engolidas, as raivas sopitadas; contou-me que a vida política era um tecido de invejas, despeitos, intrigas, perfídias, interesses, vaidades. Evidentemente havia aí uma crise de melancolia; tratei de combatê-la.

— Sei o que lhe digo, replicou-me com tristeza. Não pode imaginar o que tenho passado. Entrei na política por gosto, por família, por ambição, e um pouco por vaidade. Já vê que reuni em mim só todos os motivos que levam o homem à vida pública; faltou-me só o interesse de outra natureza. Vira o teatro pelo lado da plateia; e, palavra, que era bonito! Soberbo cenário, vida, movimento e graça na representação. Escriurei-me; deram-me um papel que... Mas para que o estou a fatigar com isto? Deixe-me ficar com as minhas amofinações. Creia que tenho passado horas e dias... Não há constância de sentimentos, não há gratidão, não há nada... nada.... nada...

Calou-se, profundamente abatido, com os olhos no ar, parecendo não ouvir coisa nenhuma, a não ser o eco de seus próprios pensamentos. Após alguns instantes, ergueu-se e estendeu-me a mão: — O senhor há de rir-se de mim, disse ele; mas desculpe aquele desabafo; tinha um negócio, que me mordida o espírito. E ria, de um jeito sombrio e triste; depois pediu-me que não referisse a ninguém o que se passara entre nós; ponderei-lhe que a rigor não se passara nada. Entraram dois deputados e um chefe político da paróquia. Lobo Neves recebeu-os com alegria, a princípio um tanto postiça, mas logo depois natural.

No fim de meia hora, ninguém diria que ele não era o mais afortunado dos homens; conversava, chasqueava, e ria, e riam todos.

ASSIS, M. de. Memórias Póstumas de Brás Cubas; IN: CHIARA, A. C. *et alli* (Orgs.). Machado de Assis para jovens leitores. Rio de Janeiro: Eduerj, 2008.

1

Com base na leitura do texto, entende-se que o desabafo de Lobo Neves ao longo do texto deve-se à sua insatisfação com a(o)

- (A) vida pública
- (B) sua família
- (C) seu casamento
- (D) teatro da época
- (E) *glamour* da sociedade

2

Em “Como adorasse a mulher, não se vexava de mo dizer muitas vezes” (l. 2-3), o conector **como** estabelece, com a oração seguinte, uma relação semântica de

- (A) causa
- (B) condição
- (C) contraste
- (D) comparação
- (E) consequência

3

A palavra **carcoma** foi empregada metaforicamente no trecho “Um dia confessou-me que trazia uma triste carcoma na existência” (l. 7-8).

Um outro exemplo de metáfora empregada no texto é:

- (A) “Lobo Neves, a princípio, metia-me grandes sustos” (l. 1-2)
- (B) “De fresta que era, chegou a porta escancarada” (l. 6-7)
- (C) “Evidentemente havia aí uma crise de melancolia; tratei de combatê-la” (l. 17-18)
- (D) “Entre na política por gosto, por família, por ambição, e um pouco por vaidade” (l. 21-23)
- (E) “Lobo Neves recebeu-os com alegria” (l. 43)

4

A partir da leitura do fragmento do texto: “que ele ouviu com aquela unção religiosa de um desejo que não quer acabar de morrer” (l. 10-11), infere-se que Lobo Neves

- (A) estava prestes a morrer.
- (B) era extremamente religioso.
- (C) tinha o desejo de ir para bem longe dali.
- (D) esperava ainda ter uma atuação política satisfatória.
- (E) estava sofrendo de uma gravíssima crise de depressão.

5

O trecho do texto “Vira o teatro pelo lado da plateia; e, palavra, que era bonito!” (l. 25-26) faz referência ao fato de Lobo Neves

- (A) misturar política e lazer.
- (B) ter uma vida social muito intensa.
- (C) poder deslumbrar-se com o teatro.
- (D) estar saudoso de sua vida como ator.
- (E) ter ignorado as dificuldades da atividade política.

6

Os sinais de pontuação contribuem para a construção dos sentidos dos textos.

No fragmento do texto “Escriturei-me; deram-me um papel que... mas para que o estou a fatigar com isso? Deixe-me ficar com as minhas amofinações” (l. 28-30), as reticências são usadas para demarcar a

- (A) interrupção de uma ideia.
- (B) insinuação de uma ameaça.
- (C) hesitação comum na oralidade.
- (D) continuidade de uma ação ou fato.
- (E) omissão proposital de algo que se devia dizer.

7

O fragmento no qual a regência do verbo em destaque é a mesma do verbo **referir** no trecho “que não referisse a ninguém o que se passara entre nós” (l. 40-41) é

- (A) “Como **adorasse** a mulher” (l. 2)
- (B) “Virgília **era** a perfeição mesma” (l. 3-4)
- (C) “Um dia **confessou**-me que trazia uma triste carcoma na existência” (l. 7-8)
- (D) “Mas para que o estou a **fatigar** com isto?” (l. 28-29)
- (E) “**Entraram** dois deputados e um chefe político da paróquia” (l. 42-43)

8

O pronome oblíquo átono está empregado de acordo com o que prevê a variedade formal da norma-padrão da língua em:

- (A) Poucos dar-lhe-iam a atenção merecida.
- (B) Lobo Neves nunca se afastara da vida pública.
- (C) Diria-lhe para evitar a carreira política se perguntasse.
- (D) Ele tinha um problema que mantinha-o preocupado todo o tempo.
- (E) Se atormentou com aquela crise de melancolia que parecia não ter fim.

9

Em português, o acento grave indica a contração de dois “a” em um só, em um processo chamado crase, e está corretamente empregado em:

- (A) Verei a política de outra forma à partir daquela conversa.
- (B) Daqui à duas horas Lobo Neves receberá os amigos com alegria.
- (C) Assistimos à apresentações inflamadas de alguns deputados e senadores.
- (D) Em referência àqueles pensamentos, Lobo Neves calou-os rapidamente.
- (E) A política, à qual não quero mais em minha vida, causou-me muitos problemas.

10

O período que atende plenamente às exigências da concordância verbal na norma-padrão da língua portuguesa é:

- (A) Mais de um mandato foram exercidos por Lobo Neves.
- (B) Fazem quinze anos que ele conseguiu entrar para a vida pública.
- (C) Necessita-se de políticos mais compromissados com a população.
- (D) Com certeza, haviam mais de trinta deputados no plenário naquele dia.
- (E) Reeleger-se-á, somente, os políticos com um histórico de trabalho honesto.

RASCUNHO


 Continua

LÍNGUA INGLESA

The key energy questions for 2018

*The renewables industry has had a great year.
How fast can it grow now?*

What are the issues that will shape the global energy market in 2018? What will be the energy mix, trade patterns and price trends? Every country is different and local factors, including politics, are important. But at the global level there are four key questions, and each of which answers is highly uncertain.

The first question is whether Saudi Arabia is stable. The kingdom's oil exports now mostly go to Asia but the volumes involved mean that any volatility will destabilise a market where speculation is rife.

The risk is that an open conflict, which Iran and Saudi have traditionally avoided despite all their differences, would spread and hit oil production and trade. It is worth remembering that the Gulf states account for a quarter of global production and over 40 per cent of all the oil traded globally. The threat to stability is all the greater given that Iran is likely to win any such clash and to treat the result as a licence to reassert its influence in the region.

The second question is how rapidly production of oil from shale rock will grow in the US — 2017 has seen an increase of 600,000 barrels a day to over 6m. The increase in global prices over the past six months has made output from almost all America's producing areas commercially viable and drilling activity is rising. A comparable increase in 2018 would offset most of the current OPEC production cuts and either force another quota reduction or push prices down.

The third question concerns China. For the last three years the country has managed to deliver economic growth with only minimal increases in energy consumption. Growth was probably lower than the claimed numbers — the Chinese do not like to admit that they, too, are subject to economic cycles and recessions — but even so the achievement is considerable. The question is whether the trend can be continued. If it can, the result will limit global demand growth for oil, gas and coal.

China, which accounts for a quarter of the world's daily energy use, is the swing consumer. If energy efficiency gains continue, CO2 emissions will remain flat or even fall. The country's economy is changing and moving away from heavy industry fuelled largely by coal to a more service-based one, with a more varied fuel mix. But the pace of that shift is uncertain and some recent data suggests that as economic growth has picked up, so has consumption of oil and coal. Beijing has high ambitions for a much cleaner energy economy, driven not least by the levels of air

pollution in many of the major cities; 2018 will show how much progress they are making.

The fourth question is, if anything, the most important. How fast can renewables grow? The last few years have seen dramatic reductions in costs and strong increase in supply. The industry has had a great year, with bids from offshore wind for capacity auctions in the UK and elsewhere at record low levels.

Wind is approaching grid parity — the moment when it can compete without subsidies. Solar is also thriving: according to the International Energy Agency, costs have fallen by 70 per cent since 2010 not least because of advances in China, which now accounts for 60 per cent of total solar cell manufacturing capacity. The question is how rapidly all those gains can be translated into electric supply.

Renewables, including hydro, accounted for just 5 per cent of global daily energy supply according to the IEA's latest data. That is increasing — solar photovoltaic capacity grew by 50 per cent in 2016 — but to make a real difference the industry needs a period of expansion comparable in scale to the growth of personal computing and mobile phones in the 1990s and 2000s.

The problem is that the industry remains fragmented. Most renewable companies are small and local, and in many cases undercapitalised; some are built to collect subsidies. A radical change will be necessary to make the industry global and capable of competing on the scale necessary to displace coal and natural gas. The coming year will show us whether it is ready for that challenge.

In many ways, the energy business is at a moment of change and transition. Every reader will have their own view on each of the four questions. To me, the prospect is of supply continuing to outpace demand. If that is right, the surge in oil prices over the past two months is a temporary and unsustainable phenomenon. It would take another Middle East war to change the equation. Unfortunately, that is all too possible.

Available at: <<https://www.ft.com/content/c9bdc750-ec85-11e7-8713-513b1d7ca85a>>. Retrieved on: Feb 18, 2018. Adapted.

11

The main purpose of the text is to

- (A) explain the reasons for the sudden increase in the price of oil in 2018.
- (B) speculate on matters that may affect the global energy market in 2018.
- (C) provide precise answers to the most relevant questions on global energy.
- (D) forecast changes in trade and energy production in Asia and the Middle East.
- (E) measure the devastating impact of renewable industry on coal and natural gas.

12

Saudi Arabia and Iran are mentioned in paragraphs 2 and 3 (lines 8-20) because they

- (A) are latent enemies about to engage in violent strife.
- (B) produce more than 40 per cent of the world's crude oil.
- (C) should spread their influence over the other Gulf States.
- (D) can be considered the most stable countries in the Middle East.
- (E) might affect oil production and trade if they engage in an open conflict.

13

In the fragment "The threat to stability is all the greater given that Iran is likely to win any such clash and to treat the result as a licence to reassert its influence in the region" (lines 17-20), **given that** can be replaced, without change in meaning, by

- (A) even so
- (B) even though
- (C) despite the fact that
- (D) because of the fact that
- (E) taking into account that

14

The production of oil from shale rock in the US is mentioned in paragraph 4 (lines 21-29) because in 2018 it

- (A) can rapidly achieve the record level of 6 million barrels a day.
- (B) will certainly reach higher levels than those announced in 2017.
- (C) will make output from America's producing areas commercially viable in 2018.
- (D) might compensate for present OPEC production cuts and cause a decrease in oil prices.
- (E) is going to have devastating effects on the drilling activity in the country in the near future.

15

The phrase **that shift** (line 46) refers to the change in China from a

- (A) heavy industry fuelled by coal to a service-based industry using a more varied mix.
- (B) large consumption of the world's fossil fuels to lower consumption levels.
- (C) limited demand for oil, gas and coal to an increasing demand.
- (D) low-fossil-fuel economy to a pollution-based economy.
- (E) fast-growing economy to a receding one.

16

In the fragments "some recent data suggests that as economic growth has picked up" (lines 47-48) and "Beijing has high ambitions for a much cleaner energy economy, driven not least by the levels of air pollution in many of the major cities" (lines 49-51), **picked up** and **driven by** mean, respectively,

- (A) declined – guided by
- (B) increased – delayed by
- (C) deteriorated – caused by
- (D) improved – motivated by
- (E) stabilized – hindered by

17

In terms of numerical reference, one concludes that

- (A) "over 40 per cent" (lines 16-17) refers to the percentage of global oil produced by Iran and Saudi.
- (B) "70 per cent" (line 62) refers to the percentage decrease in solar energy costs since 2010.
- (C) "60 per cent" (line 64) refers to the total percentage of solar cells commercialized in China.
- (D) "5 per cent" (line 68) refers to the percentage of global energy generated by hydroelectric plants.
- (E) "50 per cent" (line 70) refers to the percentage decrease in solar photovoltaic capacity in 2016.

18

Based on the meanings of the words in the text, it can be said that

- (A) "rife" (line 11) and **scarce** express similar ideas.
- (B) "claimed" (line 34) can be replaced by **hidden**.
- (C) "flat" (line 43) and **high** express similar ideas.
- (D) "thriving" (line 61) and **developing** are synonyms.
- (E) "surge" (line 87) and **increase** are antonyms.

RASCUNHO

RASCUNHO



19

Concerning the renewable energy industry, the author affirms that it

- (A) has become highly competitive without subsidies or government support.
- (B) has been growing dramatically because of the threat posed by climate change.
- (C) needs to go through a profound change to become global and more competitive.
- (D) will provide most of the global electric supply through solar, wind and hydropower.
- (E) has been expanding faster than personal computing and mobile phones in the 1990s and 2000s.

20

According to the last paragraph, the author believes that the

- (A) future of the energy business is uncertain and difficult to anticipate.
- (B) recent increase in oil prices is definitely a long-lasting phenomenon.
- (C) four questions presented in the article will be answered sooner than we imagine.
- (D) energy business is definitely facing a moment of stability, growth and prosperity.
- (E) inevitable conflict in the Middle East will solve the imbalance between energy supply and demand.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

21

O conceito de *gatewatching* refere-se à(ao)

- (A) posição das emissoras de televisão em grandes coberturas
- (B) função do jornalista como curador do que é reportado nas redes sociais
- (C) metodologia de análise do jornal impresso
- (D) concepção de espectador emancipado
- (E) modelo de observação do jornalismo investigativo

22

Os efeitos da comunicação massiva na atenção do público são elementos prioritários na Teoria do(a)

- (A) estruturalismo
- (B) sensível
- (C) interatividade
- (D) calda longa
- (E) agenda

23

A relação social entre as pessoas, mediatizada por imagens é conceituada teoricamente como sociedade

- (A) global
- (B) pós-industrial
- (C) pós-moderna
- (D) da informação
- (E) do espetáculo

24

Nos anos 60 e 70, assistiu-se ao desenvolvimento de uma corrente de pensamento contra a cultura comercial chamada

- (A) Teoria crítica
- (B) FolkComunicação
- (C) Estudos culturais
- (D) Funcionalista
- (E) Pesquisa de Comunicação de Massa

25

O termo *wiki* na língua havaiana significa rápido.

Na comunicação *on-line* virou sinônimo de

- (A) texto digital
- (B) internet sem cabo
- (C) pesquisa na internet
- (D) *site* editável por usuários
- (E) endereço de um documento

26

O fato, em 2002, que alavancou de vez a comunicação *on-line* foi o(a)

- (A) integração do celular com a internet
- (B) ampliação da internet a cabo
- (C) criação correio eletrônico (*e-mail*)
- (D) diminuição das tiragens impressas
- (E) assinatura do marco referencial da internet

RASCUNHO

27

As novas tecnologias de comunicação trouxeram para o cotidiano da profissão um novo modelo de jornalismo, que insere o leitor/ouvinte/espectador no cotidiano das redações dos veículos tradicionais.

A essa prática deu-se o nome de Jornalismo

- (A) cidadão
- (B) popular
- (C) noticioso
- (D) alternativo
- (E) segmentado

28

A internet possibilita a circulação de conteúdos por meio de diferentes sistemas de mídias e promove o que alguns autores chamam de uma cultura da convergência, que é um fenômeno baseado na(o)

- (A) compra de aparelhos sofisticados
- (B) produção de uma única comunicação
- (C) elaboração de textos distintos
- (D) crescimento da mídia audiovisual
- (E) consumo de fluxos midiáticos

29

Alguns *sites* de webjornalismo oferecem espaço para a produção de uma escrita coletiva, com a participação do público.

O texto coletivo postado, que demanda o trabalho de uma equipe de editores que decide o que publicar e trabalhar na organização e gerenciamento das contribuições, é denominado hipertexto

- (A) digital
- (B) potencial
- (C) cooperativo
- (D) dinâmico
- (E) colagem

30

Com a internet, o volume de informações compartilhado sobre uma empresa é cada vez maior e feito de forma muito veloz. Sendo assim, as grandes corporações entendem que mais do que nunca é preciso ser coerente, ou seja, deve-se efetivamente colocar o discurso em prática.

Nessa hora, o trabalho da equipe de comunicação é fundamental, a começar pela necessidade de

- (A) organizar palestras semanais sobre a empresa e seus produtos.
- (B) publicar cartazes nos corredores da empresa de seus produtos.
- (C) realizar pesquisas periódicas sobre a empresa e seus produtos.
- (D) atualizar com frequência o estatuto da empresa e seus produtos.
- (E) processar quem publicar algo sobre a empresa e seus produtos.

31

As redes sociais utilizam recursos que têm o humor como principal característica e já fazem parte da cultura da internet.

Entre os mais usados estão os

- (A) *memes*
- (B) *hyperlinks*
- (C) *fotolog*
- (D) *crowfounding*
- (E) *bugs*

32

O Twitter é um *microblog* para troca de mensagens curtas entre os usuários, de forma rápida.

Os textos produzidos devem ter o número de caracteres máximo de

- (A) 100
- (B) 140
- (C) 120
- (D) 280
- (E) 300

33

A convergência digital presente nas mídias digitais possibilitou a reestruturação do rádio.

Nessa radiodifusão *on-line*, o compartilhamento de conteúdo tornou-se mais democrático com a produção de

- (A) *dial*
- (B) *modem*
- (C) *podcasting*
- (D) *broadcasting*
- (E) *browser*

34

Uma determinada empresa está com um projeto novo que beneficiará mais de 3.000 moradores da Região Sudeste.

Para divulgar adequadamente a novidade, deve ser produzida uma comunicação

- (A) interna
- (B) de retorno
- (C) de massa
- (D) interpessoal
- (E) administrativa

35

Em jornais impressos diários, há uma editoria destinada à livre expressão de ideias, inclusive a do próprio veículo. Normalmente, nessa editoria, são divulgados textos de opinião da empresa jornalística e de especialistas.

Esses textos são chamados, respectivamente, de

- (A) editorial e artigo
- (B) editorial e matéria
- (C) matéria e nota
- (D) nota e reportagem
- (E) reportagem e artigo

36

Diferentemente dos textos de jornais impressos, o limite para a edição dos roteiros elaborados para as reportagens veiculadas em televisão é determinado pelos(as)

- (A) centímetros
- (B) minutos
- (C) bytes
- (D) colunas
- (E) linhas

37

Uma multinacional enfrenta uma crise financeira que afeta a economia do país.

O profissional que coordena a equipe de comunicação dessa empresa, ao ser procurado por um jornalista que vai publicar uma reportagem sobre o assunto, deve

- (A) não atender o jornalista, com o argumento de que a crise não existe.
- (B) passar todas as informações necessárias para esclarecer a questão.
- (C) negar tudo que for dito sobre a crise na empresa em que trabalha.
- (D) minimizar a crise para tornar o assunto menor do que realmente é.
- (E) enviar uma nota dizendo que a empresa não tem nada a declarar.

38

A empresa para qual um profissional trabalha como assessor de imprensa atua no segmento de transporte de petróleo, e um de seus navios está à deriva em alto mar. A notícia da possível morte da tripulação chega até a imprensa, mas a direção, apesar de acreditar na possibilidade do acidente, ainda não tem informações para fornecer.

Para administrar essa situação crítica, o primeiro passo é

- (A) dar uma entrevista coletiva.
- (B) pedir que a imprensa não publique nada.
- (C) criar um comitê de crise com poucas pessoas.
- (D) convencer um dos diretores a negar o fato.
- (E) sugerir uma outra pauta para a imprensa.

39

Em alguns tipos de cobertura, tais como incêndio ou mortes misteriosas, por vezes, não há, na apuração imediata, a resposta a algumas perguntas básicas necessárias ao ato de informar.

Quando a resposta a essas perguntas surge nos dias subsequentes à ocorrência do fato, os jornais são obrigados a acompanhar o desdobramento das investigações, e o resultado é publicado nas edições sob a forma de

- (A) resenha
- (B) análise
- (C) factual
- (D) crítica
- (E) suíte

40

Uma das principais barreiras da comunicação organizacional é(são)

- (A) linguagem igual
- (B) ausência de *feedback*
- (C) *layouts* abertos
- (D) canais informais
- (E) reações racionais

41

O caminho para uma entrevista bem-sucedida, seja para um veículo impresso, audiovisual ou *web*, passa por um(a)

- (A) *prompter* – sistema de espelhos montado em frente à câmera para refletir a imagem de um monitor computador que exibe o roteiro a ser lido.
- (B) financiador – pessoa ou empresa que garante a verba necessária para a realização de um projeto de mídia ou impresso.
- (C) pesquisa – preparação prévia em que o repórter conhece o entrevistado e seu trabalho e adquire uma base para elaborar uma pauta interessante.
- (D) acústica – característica sonora de um ambiente fechado decorrente da quantidade de som refletido na superfície das paredes.
- (E) sinopse – descrição detalhada de um projeto de mídia sem diálogos ou termos técnicos usada para vender a proposta ao patrocinador.

42

Decidir o tamanho, lugar e enfoque das reportagens que serão utilizadas na sessão, caderno ou editoria e ainda dar a palavra final sobre pautas, reportagens, títulos e demais elementos gráficos de uma página são atribuições de um

- (A) editor
- (B) redator
- (C) pauteiro
- (D) repórter
- (E) fotógrafo

43

Entre as boas qualidades que um roteiro de audiovisual deve ter, a primeira e mais importante para obter sucesso na transmissão de uma mensagem para um público variado é o uso de

- (A) adjetivos que gerem calúnia ou difamação de pessoa pública
- (B) cópias precisas de roteiros já consagrados ou protegidos pelo direito autoral
- (C) nomes das instituições em siglas para economizar tempo de transmissão
- (D) palavras simples que fazem sentido para a maior parte do público
- (E) terminologias específicas das profissões envolvidas no relato

44

Para manter a ética e a isenção da reportagem, a emoção ou a opinião são elementos que podem estar presentes em reportagens.

No entanto, é desejável que tais elementos se limitem ao entrevistado, ou seja, que estejam presentes em

- (A) legendas e subtítulos
- (B) manchetes e olhos
- (C) *offs* e notas de rodapé
- (D) passagens e cabeças
- (E) sonoras e aspas

45

Em situações especiais, durante o fechamento de uma edição de veículos impressos, o editor é obrigado a utilizar um calhau, que, no jargão jornalístico, é muitas vezes um(a)

- (A) anúncio do próprio veículo ou de outros veículos da mesma organização.
- (B) título secundário colocado como complemento informativo ao título principal (subtítulo).
- (C) romance dividido em partes sucessivas publicadas periodicamente (folhetim).
- (D) texto breve destinado a ampliar a significação de uma imagem ilustrativa (legenda).
- (E) cobertura de papel que envolve a capa do livro ou edição de jornal impresso (sobrecapa).

46

As respostas aos pronomes e advérbios interrogativos — O quê? Quem? Quando? Onde? — em matérias factuais publicadas em jornais ou portais de notícias, tidos como *hardnews*, estão presentes no elemento do texto jornalístico chamado de

- (A) *lead*
- (B) *sublead*
- (C) olho
- (D) título
- (E) legenda

47

Muito além de ser o apelido de um jogo, no jargão jornalístico, a palavra pingue-pongue assume outro significado, que indica a(o)

- (A) notícia importante publicada em primeira mão por um veículo de comunicação.
- (B) entrevista editada na forma de diálogo, com perguntas e respostas.
- (C) ato de completar a redação, a diagramação ou paginação até atingir a totalidade da edição do veículo impresso.
- (D) primeiro programa de uma série a ser gravado, como demonstrativo.
- (E) treinamento para porta-vozes, como preparatório para lidar com a imprensa.

48

Entre as principais características necessárias ao texto jornalístico, utilizado para informar notícias factuais, destaca-se a

- (A) ambiguidade
- (B) comicidade
- (C) complexidade
- (D) objetividade
- (E) parcialidade

49

Nas coberturas cotidianas, desde a concepção da pauta até chegar ao processo de produção e edição, o repórter de TV deve sempre ter em mente que a matéria só é considerada adequada para se tornar uma reportagem em televisão, quando é viável obter

- (A) entrevistado com relevância nacional.
- (B) imagem suficiente para retratar o tema.
- (C) informações imprecisas e contraditórias.
- (D) olho que resuma o contexto da situação.
- (E) vinheta de identificação com o tema abordado.

50

Antes de surgir o lide, a notícia ou reportagem era introduzida com o uso de um primeiro parágrafo.

Este recurso, que ainda é muito usado em revistas semanais ou reportagens dominicais, é chamado de

- (A) sublide
- (B) intertítulo
- (C) linha fina
- (D) nariz de cera
- (E) aspas duplas

51

O bom repórter deve ouvir mais do que falar.

Dentro dessa lógica, é de bom tom que o profissional

- (A) descarte as fitas com as entrevistas gravadas.
- (B) evite perguntas longas com discursos elaborados.
- (C) mostre a reportagem ao entrevistado antes de publicada.
- (D) revele que está inseguro quanto ao tema abordado.
- (E) use camisa com *slogan* de um posicionamento social.

52

Há na comunicação interna de uma organização o cuidado para que conteúdos, linguagens e mídias sejam utilizados de maneira customizada, ou seja, cuida-se para que seus colaboradores diretos não sejam tratados de um mesmo modo.

Um exemplo do que motiva esse comportamento, por estar a ele diretamente relacionado, está apresentado em:

- (A) comunicados de urgência
- (B) influências externas
- (C) colaboradores homogêneos
- (D) setorização de auditorias
- (E) expectativas de público

53

O plano de *marketing* se preocupa com o negócio e as vertentes ligadas ao mercado, ao produto e ao consumidor.

Por sua vez, o plano estratégico de comunicação deve se preocupar com a(s)

- (A) projeção das receitas e das despesas da empresa, com o objetivo de planejar a melhor forma de utilizar os recursos.
- (B) construção de um posicionamento efetivo para a marca, de modo que o impacto seja mensurável pelos resultados financeiros.
- (C) análise ambiental e as necessidades do público, em consonância com a missão, a visão e os valores organizacionais.
- (D) inserção no mercado e a projeção de estratégias operacionais e de inserção no mercado prevendo resultados financeiros.
- (E) ações executadas no ambiente *on-line*, através da definição dos canais a serem trabalhados e do tipo de monitoramento realizado.

54

Dentro de uma organização, a área de comunicação deve ser a responsável também por contribuir para que a visão estabelecida para o futuro seja alcançada, a missão cumprida e os valores fixados e consolidados. Para atingir esse objetivo, a comunicação deve ser pensada e planejada estrategicamente levando em consideração algumas etapas.

Dentre tais etapas estão a(o)

- (A) análise das variáveis demográficas e políticas e seus impactos no planejamento da comunicação interna.
- (B) análise do ambiente externo e interno, o diagnóstico estratégico e o esboço de estratégias gerais de ação comercial.
- (C) divulgação do plano estratégico de comunicação, o controle das ações e a avaliação dos resultados das ações digitais internas.
- (D) controle das ações administrativas, a análise do ambiente relevante ou setorial e o relacionamento dos projetos específicos.
- (E) estabelecimento de filosofias e políticas, a determinação de objetivos e metas e o esboço de estratégias gerais.

55

Uma marca pode ser representada de diversas formas.

Embora a forma mais evidente seja a visual, é também possível representar a identidade de uma marca por intermédio de

- (A) gráficos, como os usados nos balanços anuais
- (B) imagens, como nas matérias jornalísticas
- (C) letras, como nos manuais de treinamento
- (D) luzes, como as usadas nos letreiros
- (E) sons, como nas melodias dos *jingles*

56

A função da área de Relações Públicas como ferramenta de comunicação é proteger a imagem de uma empresa. Quando faz uso da mídia jornal, publicando notícias, por exemplo, consegue passar aos leitores uma imagem mais autêntica do que usando anúncios publicitários no mesmo veículo.

Na estratégia descrita acima, destaca-se a seguinte característica fundamental das mensagens de RP:

- (A) mobilidade
- (B) credibilidade
- (C) interatividade
- (D) espontaneidade
- (E) sustentabilidade

57

Uma mensagem institucional pode ser divulgada através de quatro ferramentas e suas respectivas técnicas.

Uma ferramenta e uma de suas respectivas técnicas estão, nesta ordem, apresentadas em:

- (A) concurso e *merchandising*
- (B) *press release* e descontos
- (C) propaganda e assessoria de imprensa
- (D) relações-públicas e eventos institucionais
- (E) eventos comerciais e promoção de vendas

58

A prática da comunicação integrada tem como uma de suas características a integração de diferentes ferramentas e mídias.

Quando uma organização faz uso conjunto de propaganda e relações públicas para tratar da sua imagem, espera-se que essas duas ferramentas possam

- (A) criar um incentivo temporário.
- (B) conduzir a marca até seu público.
- (C) despertar a atenção do público.
- (D) atuar na maturidade do ciclo de vida.
- (E) provocar desejo no público-alvo.

59

No mundo corporativo moderno, as empresas cada vez mais diversificam seus negócios e atuam em mercados com as mais diferentes culturas. Por isso, precisam de uma identidade consistente e que perpassasse todos os seus braços e operações.

Desta forma, cada vez mais as empresas trabalham no desenvolvimento de mensagens visuais que reforcem suas características também através de suas(seus)

- (A) estandes
- (B) fornecedores
- (C) *jingles*
- (D) *stakeholders*
- (E) sinalizações internas

60

A partir da difusão da internet e da expansão do uso da *web*, houve um crescimento do diálogo entre mídias tradicionais e digitais. O conjunto de mídias *on-line* e *off-line* constituiu-se numa imposição à produção de informação das empresas, mas não alterou um fator anterior à comunicação organizacional, que é estar onde seu público está. O paradigma da transmídia identificou um público-alvo em constante movimento e de múltipla presença, que exige do esforço de comunicação um importante conceito: dialogismo.

O conceito apresentado e sua contextualização ilustram a seguinte característica da comunicação:

- (A) complementaridade
- (B) exponencialidade
- (C) unilateralidade
- (D) velocidade
- (E) contração

61

Considere a seguinte afirmação:

“...a alteridade interessa enquanto puder ser útil, enquanto servir para algo.”

FARIAS, L. A. *Relações públicas estratégicas*. Summus editorial, 2011. p. 187-188

Essa postura, centralizadora e por vezes egoísta, criticada no contexto da responsabilidade social e sustentabilidade corporativas, leva uma instituição a práticas que resultam em

- (A) interdependência entre pares
- (B) percepção subsistemática
- (C) satisfação do sujeito
- (D) ações aglutinadoras
- (E) esgotamento de recursos

62

Alguns autores estabelecem uma relação de interdependência entre uma organização e a sociedade na qual está inserida: uma empresa constrói o tecido social e ao mesmo tempo é construída por ele. Considerando este comprometimento entre partes, a responsabilidade social empresarial pressupõe metas que colaborem com o desenvolvimento sustentável da sociedade e até mesmo a torne mais qualificada, não cabendo nessa conduta ações que se limitem a simples divulgação de *marketing*.

Esse cenário permite concluir que uma organização socialmente responsável

- (A) está livre para agir como quiser, pois também é parte da sociedade.
- (B) dispõe de seu caráter privado como sendo de interesse público.
- (C) abre mão do fator econômico lucro como foco do compromisso social.
- (D) usa sua comunicação interna como escudo para suas ações externas.
- (E) desconsidera as diferenças entre sistemas econômicos e sociais.

63

A imagem corporativa de uma empresa é produzida na mente de seu público, a partir de experiências concretas com relação ao comportamento, à cultura e à personalidade corporativa da empresa.

Em relação a esses tipos de experiência, tem-se que

- (A) comportamento e cultura dizem respeito à atuação no plano funcional.
- (B) comportamento diz respeito à qualidade dos serviços.
- (C) cultura e personalidade dizem respeito a suas atitudes e valores.
- (D) cultura diz respeito à imagem que a empresa projeta.
- (E) personalidade corporativa diz respeito ao modo de ser e fazer.

64

Quando o uso das tecnologias digitais se consolida como um meio popularizado de produção e veiculação de conteúdo, a comunicação de informação adquire um caráter também amador. Muitas vezes, percebe-se uma troca de papéis entre receptor e emissor, configurando um processo de comunicação definido como colaborativo ou participativo. Esse viés descentralizado, no entanto, traz com ele uma visibilidade involuntária decorrente do próprio ambiente midiático e corriqueiro da internet, que possibilita uma incidência maior de desgastes.

Portanto, diminui-se a margem de erros no processo de comunicação de uma organização e, conseqüentemente, aumenta-se a atenção dedicada à(ao)

- (A) transparência das ações
- (B) emissão de notas
- (C) desperdício de recursos
- (D) registro de patentes
- (E) resultado de vendas

65

Considere a seguinte afirmação:

Por serem organismos vivos e por exercerem impactos econômicos, sociais e ambientais, as empresas precisam orientar-se pela negociação de responsabilidades, importando-se não só com seu papel na sociedade, como também estimulando outros organismos que fazem parte dessa mesma sociedade.

GOVATTO, A. C. M. *Propaganda responsável*. Senac, 2007. p. 52.

Essa afirmação vislumbra uma organização que busca em seu dia a dia o fortalecimento de um ideal ético, que deve ser encarado como

- (A) maximização do lucro
- (B) conduta externa
- (C) cumprimento de leis
- (D) princípio inerente
- (E) meio para atingir metas

66

Nos termos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, um dos fundamentos da atividade jornalística é a(o)

- (A) competitividade
- (B) identificação das fontes
- (C) presunção de inocência
- (D) combate a opiniões divergentes
- (E) ausência de responsabilidade pessoal

67

O conjunto de elementos visuais, verbais e sonoros de uma marca, que consolida o posicionamento e os atributos de uma organização, dentro de um cenário complexo de comunicação, refere-se à

- (A) missão da corporação
- (B) identidade da marca
- (C) imagem da companhia
- (D) estratégia de promoção
- (E) programação visual da empresa

68

Há um sistema de informação que tem, entre suas características, a capacidade de integrar os dados de toda a empresa em uma única base de dados, que estará à disposição para toda a empresa.

Esse sistema é conhecido como

- (A) *Enterprise Resource Planning*
- (B) *Customer Relationship Management*
- (C) *Supply Chain Management*
- (D) *Material Requirement Planning*
- (E) *Warehouse Management System*

69

Durante o primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014), a equipe governamental procurou reverter a desaceleração econômica em curso, por meio de uma política macroeconômica baseada em isenções fiscais para empresas de diversos setores da economia e forte estímulo ao crédito para a compra de bens de consumo.

O principal efeito dessa política, no médio prazo, foi

- (A) lograr maior crescimento econômico no período do que o observado durante o segundo mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (2007-2010).
- (B) provocar maior incremento na demanda agregada do que na oferta agregada e, conseqüentemente, maior inflação.
- (C) produzir aumento acentuado da produtividade das empresas brasileiras, particularmente as do setor industrial.
- (D) acarretar forte expansão da taxa de investimento na economia brasileira.
- (E) reduzir fortemente as taxas de juros médias de curto prazo na economia.

70

Considere o texto a seguir.

Diante da crise financeira global de 2007-2008, sucessivas intervenções dos bancos centrais (BC) de países desenvolvidos no mercado monetário conseguiram reduzir as taxas de juros de curto e longo prazos, contribuindo para comprimir os prêmios de risco em todo o mundo (...). Apesar da massiva expansão monetária dos BC, houve uma queda nas expectativas inflacionárias, e as ações de política monetária não geraram os impactos antecipados pelos modelos convencionais, mesmo no curto prazo. Dessa forma, bancos centrais se viram obrigados a reformular o desenho das intervenções no mercado de tal forma que a política monetária não convencional, inicialmente concebida como de natureza temporária, assumiu caráter permanente.

REZENDE, F. Qual o futuro dos juros? *Valor Econômico*, São Paulo, 3, 4, 5 mar 2018. Adaptado.

O texto alude à “política monetária não convencional”, adotada pelos bancos centrais dos países desenvolvidos, especialmente pelo *Federal Reserve* (FED, o Banco Central dos Estados Unidos, na sigla em inglês) e pelo Banco Central Europeu, após a crise global de 2007-2008.

As duas características marcantes dessa política foram a

- (A) fixação das taxas de juros de curto prazo em níveis próximos de zero e a enorme emissão monetária por meio da compra de títulos de longo prazo.
- (B) redução das taxas de juros de curto prazo e a enorme venda de títulos de longo prazo.
- (C) redução das taxas de juros de curto prazo e a forte apreciação do dólar em relação às moedas dos países emergentes nos mercados globais.
- (D) redução das taxas de juros de curto prazo e estímulos para conter o aumento da inflação.
- (E) redução das taxas de juros de curto prazo e a adoção de regimes de câmbio fixos nos principais países desenvolvidos.

