

**SÃO PAULO TURISMO S.A.**  
**SELEÇÃO PÚBLICA – EDITAL 001/2010**

**Cód. 04 – Analista de Comunicação**

**Onde fica o "onde"**

No número 9 da revista *Discutindo Língua Portuguesa*] comentou-se rapidamente o uso do "onde" (adjunto adverbial de lugar), que é aplicado pelos brasileiros de forma aleatória e de acordo com a necessidade e criatividade do falante. O tema rendeu discussões, e tocá-lo novamente pode ser interessante. Afinal, o uso desse adjunto verificado no cotidiano demonstra o poder de imaginação da população, com seu "jeitinho brasileiro", ao reconstruir a sua gramática.

Na frase "Ela retomou a discussão onde ficou nervosa", o "onde" está mal aplicado (sempre, de acordo com as normas), e é o principal causador de ambiguidade, afinal não é possível saber a real intenção do falante. Algumas possibilidades são: a) a discussão na qual ela teria ficado nervosa e b) retomou a discussão e por isso está nervosa.

Outra frase cuja construção dificulta o entendimento é "Meu pai trabalha onde possa me sustentar". Na primeira leitura, a oração não parece ter problemas, no entanto a relação estabelecida com "onde" é de finalidade – o contexto do qual foi extraída indicava essa idéia. A mesma situação ocorre em "Ele trouxe brinquedos onde seu filho pudesse se divertir". Mais uma vez, o contexto faz sua parte: a menos que se tratasse de brinquedos dentro dos quais a criança pudesse se divertir, esse "onde" não pode significar lugar em que se brinca.

Há também o famoso "onde temporal", talvez o mais comum de todos: "Na Idade Média, onde a Igreja detinha grande poder", ou ainda "Na ditadura militar, onde não se tinha liberdade de imprensa". É uma confusão entre tempo e espaço não tão difícil de entender: "quando" é o advérbio correto para os exemplos citados.

"O caminhão quebrou na estrada onde causou grande congestionamento". Na oração, o "onde" ganhou função consecutiva, isto é, o incidente teve como consequência o trânsito em toda a cidade.

Talvez o que melhor exemplifique a abrangência do "onde" na língua portuguesa seja o expletivo, ou seja, o uso como partícula de realce, sem funcionalidade gramatical, mas com função semântica. Por exemplo: "Eu cheguei cedo ao trabalho, onde resolvi esperar um pouco. Onde percebi: era feriado". O primeiro uso ainda poderia ser associado ao da conjunção aditiva "e", mas o segundo é dispensável. Para fechar, temos o uso adversativo: "O médico foi chamado para atendê-la onde não pôde fazer mais nada", aplicação que absorve o sentido de "mas".

Andréa Neiva, *Discutindo Língua Portuguesa*

1. A palavra grifada no primeiro parágrafo significa o mesmo que:

- A) alegórica.
- B) afirmativa.
- C) casual.
- D) semelhante.

2. A palavra duplamente grifada no primeiro parágrafo do texto refere-se a:

- A) adjunto.
- B) tema.
- C) uso.
- D) uso desse adjunto.

3. Leia com atenção as afirmativas abaixo.

- 1 - O uso coloquial desse adjunto pode expressar, além de relação de lugar, relação temporal, de finalidade, consequência, adversidade, bem como os usos expletivo e aditivo.
- 2 - Apesar de todos esses usos, o "onde" nunca cria equívocos num texto.

Sobre elas é possível dizer que:

- A) 1 é correta e 2 é incorreta.
- B) 1 é incorreta e 2 é correta.
- C) ambas são corretas.
- D) ambas são incorretas.

4. Há erro de regência verbal na oração da alternativa:
- A) Implicou em muito trabalho para as pessoas.
  - B) Ninguém aspirava ao cargo de professor de português.
  - C) Visava ao cargo de professor de português.
  - D) Esqueci-me de lhe telefonar.
5. A crase está incorretamente empregada na alternativa:
- A) Deu o anel à ele de presente.
  - B) Pedimos um espagete à bolonhesa.
  - C) Fomos à farmácia para comprar os remédios necessários.
  - D) Falava da menina sentada à sua direita.
6. O par de antônimos não está correto na alternativa:
- A) ambidestro→ambiesquerdo.
  - B) descrédito→depreciação.
  - C) audacioso→pusilânime.
  - D) louvor→apupo.
7. O sujeito é indeterminado na oração da alternativa:
- A) Falaram a seu respeito durante a festa.
  - B) Choveu a tarde toda.
  - C) Havia muitas coisas a serem ditas.
  - D) Anoteceu lentamente naquele dia.
8. Complete os claros das orações abaixo.
1. É preciso que eu \_\_\_\_\_ (fazer) o que deve ser feito.
  2. Se eu \_\_\_\_\_ (fazer) o almoço ele será delicioso.
  3. Quando você \_\_\_\_\_ (ver) o carro que eu comprei, gostará.

Assinale a alternativa que completa com correção, e na sequência, os claros acima:

- A) faço – fazer – ver.
  - B) faço – fizer – ver.
  - C) faça – fazer – ver.
  - D) faça – fizer - vir.
9. Assinale a resposta que completa corretamente as orações:
- O agente do crime fugiu para evitar prisão em \_\_\_\_\_.
  - Os acordos de paz entre os países é \_\_\_\_\_.
  - O motorista \_\_\_\_\_ a lei de trânsito.
- A) fragrante – iminente – infligiu.
  - B) flagrante – eminente – infligiu.
  - C) fragrante – eminente – infringiu.
  - D) flagrante – iminente – infringiu.
10. Assinale a alternativa que completa corretamente os claros.
- Este livro é para \_\_\_\_ ler.
  - Deixar de fumar será benefício para \_\_\_\_\_.
  - Esta ordem de serviço é para \_\_\_\_\_ executar.
  - Eu fiz tudo para ela gostar de \_\_\_\_\_.
- A) eu – eu – mim – mim.
  - B) eu – mim – eu – mim.
  - C) mim – eu – mim – eu.
  - D) mim – mim – eu – eu.

11. Complete com “conosco” ou “com nós”.

- Já falaram \_\_\_\_\_ quatro, sobre esse problema.
  - Já falaram \_\_\_\_\_ sobre esse depoimento.
  - Vocês vão ao teatro \_\_\_\_\_?
- A) com nós – conosco – conosco.  
B) conosco – conosco – com nós.  
C) com nós – com nós – conosco.  
D) conosco – com nós – com nós.

12. Assinale a alternativa em que haja erro de concordância.

- A) São seis horas da manhã.  
B) A maioria conseguiu aprovação.  
C) Fazem vinte anos que não o vejo.  
D) Dez quilos é pouco para o churrasco

13. Fiz uma aplicação, a juro simples de 42% ao ano, durante 8 meses, obtendo o montante de R\$ 828,00. Meu capital investido foi de, aproximadamente:

- A) R\$ 696,00.  
B) R\$ 664,16.  
C) R\$ 659,26.  
D) R\$ 646,87.

14. A tabela mostra dados de uma pesquisa feita entre 120 pessoas durante um evento. Preencha os dados que faltam para assinalar a alternativa correta.

	Homens	Mulheres	Total
solteiros		27	51
casados	24		
Total	48	72	120

Escolhendo uma pessoa participante, a probabilidade, em percentagem aproximada, de que ela seja:

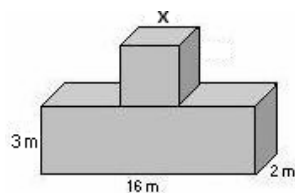
- 1 - homem solteiro é de \_\_\_\_\_.  
2 - mulher casada é de \_\_\_\_\_.

Preenchem corretamente os claros 1 e 2:

- A) 17% – 53,7%.  
B) 20% – 37,5%.  
C) 21% – 35,5%.  
D) 18% – 25,5%.

15. Acrescentando-se 2 m a cada lado do quadrado sua área aumenta em 24 m<sup>2</sup>. O volume total das figuras corresponde a:

- A) 122 m<sup>3</sup>.  
B) 212 m<sup>3</sup>.  
C) 221 m<sup>3</sup>.  
D) 125 m<sup>3</sup>.

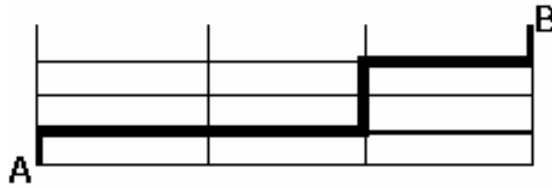


16. Comprei 30 salgadinhos para meus 3 filhos, que receberiam quantidades em proporção direta às suas respectivas idades: 4, 5 e 6 anos. O mais velho recebeu mais \_\_\_\_ salgadinhos do que o mais novo.

- A) 4  
B) 6.  
C) 3.  
D) 12.

17. A casa do meu filho fica a 761 metros distante da minha. Para ir à casa dele faço o percurso conforme o destaque da figura abaixo. Os quarteirões são retangulares, tendo de comprimento 25 metros a mais do que a largura. Cada quarteirão tem \_\_\_\_\_ metros de largura e \_\_\_\_\_ metros de comprimento.

- A) 98 e 123.  
 B) 89 e 114.  
 C) 78 e 103.  
 D) 87 e 112



18. Uma parede foi revestida com azulejos quadrados de 15 cm de lado. Foram colocadas 15 fileiras, cada uma com 40 azulejos. A área total revestida é de:

- A) 135 m<sup>2</sup>.  
 B) 15,30 m<sup>2</sup>.  
 C) 153 m<sup>2</sup>.  
 D) 13,50 m<sup>2</sup>.

19. Faço caminhada em 3 dias da semana conforme demonstrado na tabela.

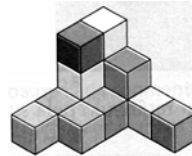
Dia da semana	segunda	quarta	sexta
Início	17h15min	17h30min	16h
Término	18h30min	18h45min	17h15min

Se ando numa velocidade de 3 km/h, percorro o total de \_\_\_\_\_ km por semana.

- A) 11,75.  
 B) 11,25.  
 C) 12,50.  
 D) 15,20.

20. A figura abaixo é composta por cubos num volume total de 112 cm<sup>3</sup>. A altura dessa pilha é:

- A) 4 cm.  
 B) 14 cm.  
 C) 6cm.  
 D) 8 cm.



21. No quadrado abaixo falta um número.

?	18	7
9	17	8
6	10	4

Esse número é:

- A) 10.  
 B) 9.  
 C) 11.  
 D) 12.

22. Cinco bolinhas de cores diferentes (azul, amarela, verde, vermelha e branca) estão colocadas uma ao lado da outra, não necessariamente nessa ordem. A verde está numa extremidade e a azul na outra. A amarela está do lado da azul e a vermelha do lado da verde.

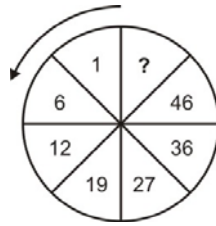
A bolinha que está no meio é a \_\_\_\_\_(1)\_\_\_\_\_ e a \_\_\_\_\_(2)\_\_\_\_\_ está entre a verde e a branca.

Completam os claros (1) e (2) respectivamente:

- A) amarela e vermelha.  
 B) branca e amarela.  
 C) vermelha e branca.  
 D) branca e vermelha.

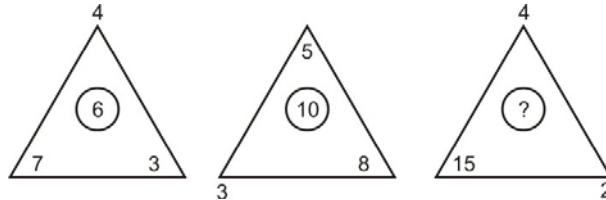
23. O número que falta no sentido anti-horário é:

- A) 58.
- B) 56.
- C) 55.
- D) 57.



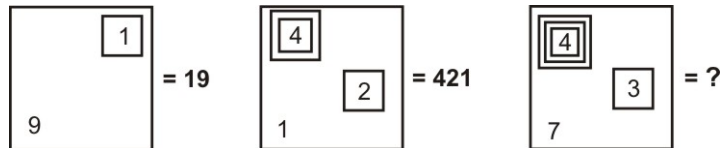
24. O número que falta é:

- A) 9.
- B) 8.
- C) 7.
- D) 10.



25. Observe a representação:

- A) 437.
- B) 4.037.
- C) 40.037.
- D) 400.037.



26. A caixa de diálogo Opções de Auto Correção do Word 2003 apresenta os seguintes recursos, exceto o de:

- A) Verificar ortografia e gramática
- B) Auto Formatação.
- C) Auto Formatação ao Digitar.
- D) Auto Texto

27. Para obter uma lista das funções disponíveis numa planilha do Excel, clique em uma célula e pressione

- A) SHIFT+F2.
- B) SHIFT+F3.
- C) CTRL+F3
- D) CTRL+F2

28. Analise as afirmações sobre os recursos de copiar e colar no PowerPoint.

- 1) Se você copiar e colar um slide em seguida a um slide que tem um modelo de design diferente, o slide colado assume os estilos do slide anterior.
- 2) Quando você copia slides na caixa de diálogo Localizador de Slide, pode marcar ou desmarcar a opção Manter a Formatação original, antes de inserir o slide.

Sobre as afirmações conclui-se que:

- A) 1 e 2 estão incorretas.
- B) apenas 1 está correta.
- C) apenas 2 está correta.
- D) 1 e 2 estão corretas.

29. Este botão da janela do Access executa o comando

- A) Análise.
- B) Relatórios.
- C) Relacionamentos
- D) Módulos.



30. A barra de informações é um recurso localizado na parte superior da página Web onde o Internet Explorer apresenta as informações acerca de segurança, transferências, janelas de pop-up bloqueadas e outras atividades. Por padrão o Internet Explorer exibe a barra Informações, dentre outras circunstâncias, quando:
- um site tentar instalar um controle de ActiveX ou executá-lo de forma insegura no computador.
  - um site tentar abrir uma janela de pop-up.
  - um site tentar transferir um ficheiro para o computador.
  - as definições de segurança estiverem abaixo dos níveis recomendados.
  - tiver iniciado o Internet Explorer com os suplementos desativados.
  - as definições de segurança não permitem um protocolo específico.
  - o Internet Explorer impediu um ataque por scripts.
- São itens pertinentes:
- A) apenas seis dos citados.
  - B) apenas cinco dos citados.
  - C) apenas três dos citados.
  - D) todos os citados.
31. O uso da Internet, a partir da última década do século XX e primeira do século XXI acabou influenciando a linguagem dos demais veículos de comunicação. Os reality shows, por exemplo, se baseiam em conceitos como:
- A) ficcionalidade misturada com realidade.
  - B) interatividade e a comunicação em tempo real.
  - C) comunicação em tempo real e ficcionalidade.
  - D) interatividade e improvisação.
32. Uma pauta tem por principal função:
- A) dar elementos para o jornalista checar as informações.
  - B) criar notícias que possam gerar boas manchetes.
  - C) fornecer desafios profissionais ao repórter.
  - D) levantar temas que possam gerar matérias.
33. Um assessor de imprensa, ao receber uma solicitação de entrevista por telefone de um jornalista, deve:
- A) ter claro o assunto proposto para depois selecionar a que veículo o solicitado irá dar as informações.
  - B) procurar dar algumas informações prévias para melhorar o assunto proposto pelo solicitante.
  - C) ter claro o assunto proposto e o veículo para informar ao possível entrevistado.
  - D) esclarecer que toda e qualquer informação da empresa só será dada por escrito e dentro do prazo possível ao solicitado.
34. É função do Media Training:
- A) revelar aos executivos da empresa alguns truques para escaparem de perguntas inconvenientes dos jornalistas.
  - B) familiarizar os executivos e funcionários da empresa com o trato jornalístico.
  - C) familiarizar os executivos da empresa com a postura física e vocal durante uma entrevista.
  - D) treinar porta-vozes da empresa para que não deixem escapar informações estratégicas.
35. É essencial para que um texto jornalístico cumpra a sua função, que tenha:
- A) linguagem simples, ordem direta, voz ativa, sem adjetivação.
  - B) voz ativa, parcimônia nos adjetivos, períodos curtos e conclusão.
  - C) períodos curtos, clareza, períodos longos e neologismos.
  - D) clareza, ordem cronológica, simplicidade e adjetivação.
36. A qualidade de uma boa notícia envolve:
- A) fonte segura de informação, boa redação e técnica sofisticada.
  - B) conteúdo inédito, boa edição e respeito ao anunciante.
  - C) conteúdo significativo, boa edição e respeito à ética.
  - D) fonte segura, interesse público e juízo de valor.

37. Algumas notícias partem de assuntos que podem render mais do que o esperado, o que permite que sejam retomados na edição seguinte. A matéria que dá continuidade a outra publicada anteriormente se dá o nome de:
- A) série.
  - B) sequência.
  - C) Gancho
  - D) suíte.
38. Antes da chegada da tecnologia gráfica eletrônica, o diagramador se responsabilizava pela disposição gráfica das matérias, fotografias e ilustrações nas páginas. Hoje o profissional que faz essa composição usando computadores e programas específicos para a composição gráfica é chamado de:
- A) web designer.
  - B) designer gráfico.
  - C) diagramador designer.
  - D) helpdesk.
39. Apesar das entrevistas coletivas darem todas as informações necessárias para a elaboração de uma boa reportagem, o tipo de entrevista que permite um maior aprofundamento do tema é a:
- A) exclusiva.
  - B) ping-pong.
  - C) *online*.
  - D) *off*.
40. O patrocínio como estratégia de marketing tem sido usado cada vez mais pelas empresas, pois ela têm obtido maior eficácia no cumprimento do seguinte objetivo:
- A) conseguir maior retorno do público que participa dos eventos patrocinados.
  - B) ser mais barato que qualquer outra estratégia.
  - C) valorizar o potencial de relacionamento da empresa com a comunidade.
  - D) obter vantagens fiscais e retorno imediato do investimento da empresa.
41. Uma empresa que tenha detectado algum atrito entre a sua atuação e a comunidade que a cerca pode melhorar a imagem da sua marca da seguinte forma:
- A) facilitando o acesso dessa comunidade aos produtos e serviços que oferece.
  - B) distribuindo brindes para a comunidade, o que também é uma forma de merchandising.
  - C) patrocinando eventos diretamente ligados a essa comunidade.
  - D) convencendo a comunidade de que seus métodos são os mais efetivos.
42. Para comunicar aos funcionários informações normativas de caráter geral de uma maneira rápida, é mais aconselhável o uso:
- A) o boletim da instituição.
  - B) a revista mensal da empresa.
  - C) o jornal empresarial.
  - D) comunicados anexados ao *holerith* de pagamento dos funcionários.
43. A elaboração do texto para um *press release* não precisa considerar qual atributo abaixo relacionado:
- A) ter no máximo 30 linhas com 70 toques.
  - B) usar linguagem publicitária para despertar o interesse do jornalista e do público.
  - C) conter título e subtítulo que despertem o interesse do jornalista para o restante do texto.
  - D) estar bem próximo da linguagem e do clima da matéria quando publicada.
44. Numa entrevista ao vivo para uma emissora de rádio ou de televisão, que postura o entrevistado deve evitar:
- A) evitar pedir para que o entrevistador repita as perguntas feitas.
  - B) a de falar como se estivesse a sós com o repórter.
  - C) evitar gesticular, mesmo nas rádios.
  - D) prestar o maior número de informações possível para preencher o tempo disponível.
45. O balanço da divulgação de informações para os meios de comunicação feito a partir da coleção de recortes ou gravações tem o nome de:
- A) *follow up*.
  - B) *teaser*.
  - C) *clipping*.
  - D) relatório de assessoria de imprensa.

46. O filósofo Michel Foucault analisou a televisão a partir de um sistema de vigilância em que uma torre colocada no centro de um círculo de prédios permite a visibilidade de todos os que estão em suas celas individuais instaladas na borda do círculo, sem que estes sejam vistos. A televisão funcionaria a partir de um processo inverso, onde os indivíduos da cela é que vêm sem ser vistos. A isso chamou de:
- A) panóptico invertido.
  - B) estereótipo espelhado.
  - C) voyerismo ideal.
  - D) *big brother*.
47. Por décadas o processo comunicacional foi visto como uma via de mão única: os meios de comunicação de massa ofereciam as mensagens que eram consumidas resignadamente pela audiência. Novas teorias passaram, com o tempo, a perceber que a audiência era, ao mesmo tempo:
- A) receptor passivo e massa de manobra política.
  - B) massa com opinião crítica, mas silenciosa.
  - C) receptor e consumidor exigente.
  - D) receptor e fonte da mensagem.
48. As novas tecnologias de produção audiovisual envolvem extensos trabalhos de pré e de pós-produção, processo que permite uma maior:
- A) proximidade da verdade factível da notícia.
  - B) agilidade, apesar da improvisação dos produtores.
  - C) especialização dos profissionais do segmento.
  - D) manipulação e tratamento do material.
49. O bom profissional de mídia é aquele capaz de conhecer, entender e utilizar as novas mídias que estão surgindo todos os dias. É sua função também, a interpretação e organização das informações para o público em geral. Nas ciências da comunicação essa atuação recebe o nome de:
- A) manipulação.
  - B) mediação.
  - C) edição.
  - D) direcionamento.
50. Os princípios básicos para um bom planejamento de mídia requer pensamento estratégico e tático que deve partir de algumas premissas, sendo elas:
- A) objetivos de marketing e de comunicação estabelecidos pelo público; conhecimento dos hábitos dos internautas; conhecimento dos mercados onde atuam; utilização desmotivada dos meios de comunicação.
  - B) objetivos de marketing e de comunicação estabelecidos pelo anunciante; conhecimento dos hábitos e costumes de seus consumidores; conhecimento dos mercados onde atuam; utilização adequada dos meios de comunicação.
  - C) objetivos de comunicação e propaganda estabelecidos pelo anunciante; conhecimento dos costumes de seu cliente; desconhecimento dos mercados onde atuam.
  - D) objetivos de marketing e de comunicação estabelecidos pelo público; conhecimento dos hábitos e costumes de seus clientes; conhecimento dos mercados onde atuam; utilização adequada dos meios de comunicação empresarial.