

Questões de Língua Portuguesa**Onde esteve a escola esse tempo todo?**

*por Alexandre Sayad**

5 De Abuja, Nigéria — Nos anos 90, o economista suíço Jacques Delors propôs uma educação sintonizada com a chegada do século XX, no documento encabeçado pela Unesco “Educação: Um Tesouro a Descobrir” — que influenciou políticas públicas em todo o mundo. Lá, por entre os pilares que ele considerava essenciais para educar, estavam pistas de como a escola deveria dialogar com a mídia, que se tornaria cada vez mais presente na vida de todos.

10 Práticas de comunicação e educação que o francês Celestín Freinet desbravou nos anos 30, mas que muitos pensadores, com pouca vocação para realização, deixaram morrer nas décadas seguintes. Nesse sentido, há de fato uma sensação global por parte de educadores e gestores de que, frente às recentes manifestações públicas, nas ruas, de desagravo à política, a escola pareceu mais uma vez bem distante da realidade — assistiu mesmo ao bonde passar, abismada. Professores pareciam perguntar: “onde estive que nada percebi?” Mas a pergunta precisa seria onde a escola “não esteve” e a resposta, 15 “nas redes sociais”, ou mais profundamente, no caldo cultural que respira essa geração.

20 Ainda reverberando esses recentes fatos, a Nigéria hospedou, no fim de junho, um evento importante organizado pela mesma Unesco, acerca do tema da “Media Information Literacy” (MIL); é assim que a organização denomina os projetos educativos de leitura de mídia e produção de comunicação por jovens. A Conferência foi patrocinada pelo governo da Suécia, Arábia Saudita, além dos anfitriões.

25 Em meio a apresentações acadêmicas, algumas interessantes outras nem tanto, a “International Conference on MIL and Intercultural Dialogue” deu continuidade à construção coletiva de dois importantes documentos: um propõe uma aliança global entre práticas de MIL, e outro um guia estratégico para políticas públicas na área.

30 Países como o Brasil avançaram um pouco na última década com relação à produção de comunicação na escola, quando experiências isoladas se fortaleceram em rede e pautaram políticas públicas, como o Mais Educação — levando as práticas de mídia a milhares de escolas públicas no contraturno. Mas não há ainda uma percepção generalizada de que o trabalho com mídia na educação pode transformar a qualidade do ensino no Brasil e aproximar a escola do universo do estudante.

35 Nesse sentido, uma aliança global e um norte estratégico em políticas públicas podem se tornar ações importantes e emblemáticas na construção de uma agenda mundial de apropriação das novas mídias pelo ensino formal, talvez tão importante quanto o documento de Delors.

- 40 Coincidência ou não, triste foi noticiar que, na mesma Nigéria, um grupo radical muçulmano massacrou crianças em uma escola cristã perto de Abuja (capital), assim que a Conferência terminou. Não há programa de mídia e educação capaz de fazer entender algumas atrocidades que permeiam um continente que sempre foi tratado como servidor — e jamais ator — de grandes decisões políticas e econômicas mundiais.

* **Alexandre Sayad** é jornalista especializado em direitos humanos, colaborou com *O Estado de S. Paulo* e *Rádio Eldorado*, e coordena programas de *Civic Mídia* com a *Universidade de Harvard*.

** Publicado originalmente no site *Portal Aprendiz*.

Disponível em: <http://envolverde.com.br/educacao/onde-esteve-a-escola-esse-tempo-todo/>
Acesso em 01 jul. 2013.

QUESTÃO 01

Titular o texto com uma pergunta é uma estratégia de produção de texto baseada na função de linguagem

- A) metalinguística.
- B) referencial.
- C) fática.
- D) conativa.

QUESTÃO 02

Podem ser encontradas no texto as tipologias

- A) narrativa e dissertativa.
- B) descritiva e injuntiva.
- C) injuntiva e argumentativa.
- D) narrativa e injuntiva.

QUESTÃO 03

O texto se configura como um exemplar do gênero

- A) nota.
- B) reportagem.
- C) notícia.
- D) crônica.

QUESTÃO 04

Vários são os recursos que podem ser utilizados no processo de argumentação. Em: "Lá, por entre os pilares que ele considerava essenciais para educar, estavam pistas de como a escola deveria dialogar com a mídia, que se tornaria cada vez mais presente na vida de todos." (linhas 4 a 6), encontra(m)-se

- A) o raciocínio lógico.
- B) a modalização.
- C) os exemplos.
- D) o paralelismo.

QUESTÃO 05

Com a expressão "assistiu mesmo ao bonde passar", o autor

- A) aceita o pensamento dos autores que cita, compartilha os problemas enfrentados pela escola e reforça a necessidade de mudança.
- B) usa a gíria como recurso para que os leitores jovens o compreendam, censura os gestores escolares e expande seu pensamento.
- C) opõe-se à escola, adverte sobre o preciosismo linguístico e concorda com os autores que cita.
- D) distancia-se do preciosismo linguístico, critica a escola e aproxima-se de uma gama maior de possíveis leitores.

QUESTÃO 06

No trecho: "Professores pareciam perguntar: 'onde estive que nada percebi?' Mas a pergunta precisa seria onde a escola 'não esteve' e a resposta, 'nas redes sociais', ou mais profundamente, no caldo cultural que respira essa geração." (linhas 13 a 16), encontram-se perguntas

- A) essencialmente retóricas.
- B) totalmente verdadeiras.
- C) universalmente atitéticas.
- D) intrinsecamente adversas.

QUESTÃO 07

Em "[...] é assim que a organização denomina os projetos educativos de leitura de mídia e produção de comunicação por jovens" (linhas 19 e 20), a expressão "é assim que"

- A) amplia, resgata e corrobora o pensamento da *Media Information Literacy*.
- B) resume, antecipa e, no entanto, enfraquece o valor das mudanças na comunicação midiática.
- C) sintetiza, retoma e reforça tanto o exemplo quanto o argumento do autor.
- D) expande, restaura, mas abranda a compreensão dos produtos para comunicação por jovens.

QUESTÃO 08

O trecho "Ainda reverberando esses recentes fatos, [...]" (linha 17) consiste em uma

- A) explicação textual.
- B) retomada textual.
- C) contradição sobre o tópico.
- D) abordagem ideológica do tópico.

QUESTÃO 09

A ressalva "[...] algumas interessantes outras nem tanto [...]" (linhas 23 e 24) instaura no quarto parágrafo

- A) uma contradição sobre a "International Conference on MIL and Intercultural Dialogue" que só se desfaz a partir dos resultados obtidos com ela.
- B) um julgamento tenaz que faz da "International Conference on MIL and Intercultural Dialogue" a mais relevante do gênero.
- C) um elogio geral à "International Conference on MIL and Intercultural Dialogue" e aos resultados dela advindos.
- D) uma apreciação negativa quanto à dimensão tomada pela "International Conference on MIL and Intercultural Dialogue" e seus desdobramentos.

QUESTÃO 10

O uso da conjunção "Mas" em "Mas não há ainda uma percepção [...]" (linha 32)

- A) inicia a estrutura que indica a impossibilidade de manutenção do conteúdo da frase anterior.
- B) estabelece uma relação de contradição geral com o conteúdo da frase anterior.
- C) endossa a contradição existente entre o conteúdo da frase anterior e o conteúdo da frase que ela inicia.
- D) aponta uma limitação entre o conteúdo da frase anterior e o da frase que ela inicia.

QUESTÃO 11

Em "[...] uma agenda mundial de apropriação das novas mídias [...]" (linha 37), o uso do termo "apropriação" torna as novas mídias, no contexto do ensino formal, um elemento

- A) abjeto.
- B) ativo.
- C) passivo.
- D) desfocado.

QUESTÃO 12

No texto, pode-se inferir da conclusão a que chega o autor uma

- A) exaltação às diferenças de posição e pensamento na Nigéria.
- B) crítica a comportamentos discrepantes no interior das diferentes formas de manifestação.
- C) discordância pessoal não apenas com acontecimentos como também com uma situação.
- D) evidência da alteração da visão de mundo em relação à Nigéria.

QUESTÃO 13

O uso, logo nos dois primeiros parágrafos, dos pensamentos de Jacques Delors e Celestín Freinet funciona como um argumento de autoridade a partir de uma operação inferencial do tipo

- A) falseamento.
- B) associação.
- C) eliminação.
- D) indução.

QUESTÃO 14

O uso da voz passiva em “A Conferência foi patrocinada pelo governo da Suécia, Arábia Saudita, além dos anfitriões.” (linhas 21 e 22)

- A) sobreleva o valor da Conferência em detrimento da ação dos governos da Suécia, Arábia, além dos anfitriões.
- B) põe em evidência a ação dos governos da Suécia, Arábia, além dos anfitriões, sem, contudo, dar relevo à Conferência.
- C) valoriza igualmente a Conferência e os governos da Suécia, Arábia, além dos anfitriões.
- D) complexifica a relação entre os governos da Suécia, Arábia Saudita, além dos anfitriões no que tange ao patrocínio da Conferência.

QUESTÃO 15

As duas referências à Unesco funcionam como uma

- A) forma típica de modalização diante da crítica mordaz feita à pouca contribuição da mídia na educação.
- B) forma pouco incisiva de argumentar sobre um tema complexo e multifacetado.
- C) estratégia de atenuação de possíveis conflitos originários em diferentes visões sobre o problema tratado.
- D) estratégia de construção de um ambiente de seriedade e deferência ao das a informação.

Questões de Legislação**QUESTÃO 16**

É assegurado expressamente no art. 5º da Constituição Federal de 1988:

- I- O acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.
- II- O direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem.
- III- O direito de herança.
- IV- Às presidiárias condições para que possam permanecer com seus filhos durante e após o período de amamentação.

Em relação às afirmativas acima, marque a opção **CORRETA**.

- A) Apenas três estão corretas.
- B) Apenas duas estão corretas.
- C) Todas estão corretas.
- D) Todas estão incorretas.

QUESTÃO 17

Sobre os direitos sociais contidos na Constituição de 1988, marque a opção **CORRETA**.

- A) São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação e as férias.
- B) Proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil.
- C) A proibição de trabalho noturno a menores de vinte e um anos de idade.
- D) Ação, quanto aos créditos resultantes das relações de trabalho, com prazo prescricional de cinco anos para os trabalhadores urbanos e rurais até o limite de três anos após a extinção do contrato de trabalho.

QUESTÃO 18

Marque a opção **INCORRETA**.

Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre

- A) educação, cultura, ensino e desporto.
- B) proteção ao patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico.
- C) propaganda comercial.
- D) proteção à infância e à juventude.

QUESTÃO 19

Considere as assertivas abaixo.

- I. O Poder Legislativo é exercido pelo Congresso Nacional, que se compõe da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.
- II. A Câmara dos Deputados compõe-se de representantes do povo, eleitos, pelo sistema distrital, em cada Estado, em cada Território e no Distrito Federal.
- III. O Senado Federal compõe-se de representantes dos Estados e do Distrito Federal eleitos segundo o princípio proporcional.
- IV. Cabe ao Congresso Nacional, com a sanção da Presidente da República, dispor, entre outros, sobre planos e programas nacionais, regionais e setoriais de desenvolvimento, fixação e modificação do efetivo das forças armadas e concessão de anistia.

É **CORRETO** afirmar que

- A) apenas a assertiva I está correta.
- B) apenas as assertivas I e III estão corretas.
- C) apenas as assertivas II e III estão corretas.
- D) apenas as assertivas I e IV estão corretas.

QUESTÃO 20

Analise os itens abaixo.

- I- A Constituição poderá ser emendada na vigência de intervenção federal.
- II- A Constituição poderá ser emendada mediante proposta do Presidente da República.
- III- Os Estados criarão justiça de paz, composta de cidadãos eleitos pelo voto direto, universal e secreto, com mandato de quatro anos.
- IV- A Defensoria Pública não possui autonomia funcional e administrativa.

Marque a opção **CORRETA**.

- A) Apenas uma está correta.
- B) Apenas duas estão corretas.
- C) Três estão corretas.
- D) Todas estão corretas.

QUESTÃO 21

Leia as afirmativas abaixo.

- I. A recondução é caracterizada pelo retorno do servidor estável ao cargo anteriormente ocupado quando inabilitado em estágio probatório relativo a outro cargo ou quando o anterior ocupante é reintegrado.
- II. A reintegração é caracterizada pelo retorno do servidor estável a seu cargo anteriormente ocupado, ou cargo resultante de sua transformação, após ter sido invalidada sua demissão, com ressarcimento de todas as vantagens.
- III. Nomeação é o ato administrativo que materializa o provimento originário. Pode-se dar em comissão ou em caráter efetivo, dependendo, neste último caso, de aprovação em concurso público.

Marque a opção **CORRETA**.

- A) Todas estão corretas.
- B) Apenas uma está correta.
- C) Duas estão corretas.
- D) Todas estão incorretas.

QUESTÃO 22

Com fundamento na Lei 8.112/90, e de acordo com as afirmações abaixo:

- I. É punível com demissão o servidor que recusar fé a documentos públicos.
- II. É punível com suspensão o servidor que receber presente de alto valor para agilizar decisão em processo administrativo.
- III. É punível com demissão o servidor que coagir subordinado a filiar-se a partido político que está no governo.

Marque a opção **CORRETA**.

- A) Todas estão corretas.
- B) Apenas uma está incorreta.
- C) Apenas duas estão incorretas.
- D) Todas estão incorretas.

QUESTÃO 23

A Lei 8.112/90 dispõe sobre a exoneração de ofício do ocupante de cargo efetivo no seguinte caso:

- A) pelo exercício do poder discricionário da autoridade competente.
- B) por força de extinção do cargo.
- C) em razão de processo administrativo.
- D) quando não entrar em exercício no prazo fixado.

QUESTÃO 24

Analise as afirmativas abaixo.

- I. As Pró-Reitorias são órgãos auxiliares da Reitoria, sendo seu titular designado e empossado pelo Reitor, para exercer suas funções em cargo de confiança.
- II. A Reitoria é o órgão superior de deliberação que coordena, executa e supervisiona todas as atividades da Universidade, cumprindo e fazendo cumprir as leis e as deliberações dos Conselhos Superiores.
- III. O Conselho Diretor é o órgão fiscalizador, normativo, deliberativo e consultivo da UFSJ em matéria de natureza administrativa e econômico-financeira.
- IV. O Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão é o órgão superior de coordenação e supervisão das atividades de ensino, pesquisa e extensão, com função apenas consultiva nos campos didático, científico, cultural, artístico e de interação com a sociedade.

Com fulcro no Estatuto da UFSJ, marque a opção **CORRETA**.

- A) Todas estão corretas.
- B) Apenas uma está correta.
- C) Três estão corretas.
- D) Apenas duas estão corretas.

QUESTÃO 25

O Regimento Geral da UFSJ disciplina o funcionamento dos seus Órgãos Superiores. Assim, é correto afirmar que, **EXCETO**:

- A) perde o mandato o conselheiro que faltar, no período de um ano, a uma reunião sem justificativa ou com justificativa não aceita pelo Conselho ou a cinco reuniões ordinárias, mesmo com justificativas aceitas pelo Conselho.
- B) perdem automaticamente o mandato o conselheiro que deixar de integrar a categoria ou o órgão que o levou a pertencer ao Conselho e o servidor que se afastar da Instituição para qualificação em dedicação integral.
- C) a votação dos conselheiros é aberta e pública, não sendo admitidos votos por procuração.
- D) o Conselho poderá deliberar pela votação secreta, por solicitação de qualquer conselheiro, quando se tratar de matéria relativa a interesse pessoal.

Jornalista**QUESTÃO 26**

Além de pesquisas tradicionais, as análises são importantes na percepção e nas decisões de marketing. Para isso, são usadas as matrizes, que viabilizam e agilizam essas análises. De acordo com Silva *et al.* (2011), em Planejamento Estratégico de Marketing, as matrizes mais utilizadas são, **EXCETO**:

- A) *Customer value analysis* (CVA), que permite a comparação qualitativa e quantitativa da performance do seu produto ou da sua empresa em relação aos principais concorrentes.
- B) Avaliação de entrantes potenciais, que mostra se há condições favoráveis para potencial entrada do seu produto ou empresa no mercado.
- C) *Swot*, que é um demonstrativo qualitativo de aspectos positivos e negativos de seu produto.
- D) Matriz de Ansoff, que parte da premissa básica de que uma organização pode crescer por meio de produtos atuais e produtos novos no mercado atual e em mercados novos.

QUESTÃO 27

O Planejamento Estratégico de Marketing se inicia pela conceituação básica de uma empresa: visão, valores empresariais, políticas adotadas, missão e a própria definição do negócio. Diante disso, marque a opção **CORRETA**.

- A) Por valores, são entendidos os ideais, as ideias, as crenças básicas, a história, a hierarquia e a ética levados em consideração por ocasião da tomada de decisão na organização.
- B) Políticas são formas pelas quais as organizações se relacionam com seus *stakeholders*, ditando os seus escopos de atuação competitiva. Usualmente, são agrupadas em dois documentos principais: o compromisso público e o código de conduta.
- C) A declaração de visão deve ser redigida de forma dirigida, para canalizar positivamente todos os anseios coletivos e pessoais em direção àquele objetivo que é quase impossível de se alcançar: a organização como líder de mercado ou segmento.
- D) A formalização, a assimilação e o comprometimento da missão de uma empresa por parte de seus colaboradores permitem que a organização se consolide como uma entidade dependente de seus fundadores.

QUESTÃO 28

É preciso distinguir entre o que é estratégia corporativa da empresa e estratégia de marketing mix. Por isso, marque a opção **INCORRETA**.

- A) O conjunto de todas as estratégias vinculadas ao marketing mix dá forma e corpo à estratégia corporativa de uma organização.
- B) Desenvolver novos produtos para completar o portfólio da empresa faz parte das estratégias vinculadas ao marketing mix.
- C) Estratégia corporativa é um direcionamento específico que irá desenvolver, apoiar, segmentar e dirigir todas as atividades da empresa.
- D) Uma estratégia do marketing mix é reposicionar a marca da empresa em relação ao mercado.

QUESTÃO 29

Com relação às Teorias do Jornalismo, marque a opção **CORRETA**.

- A) Para os interacionistas, o acesso ao campo jornalístico não é estruturado socialmente e as fontes se revezam no agendamento da notícia, como fazem hoje os participantes dos movimentos que promoveram uma série de manifestações pelo Brasil.
- B) O filão de investigação que concebe as notícias como construção rejeita a teoria do espelho por diversas razões. Entre elas, defende a posição de que a própria linguagem pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos.
- C) Nas teorias de ação política, segundo Traquina (2012), os *media* noticiosos são vistos de uma forma instrumentalista, isto é, servem objetivamente a certos interesses políticos: na versão da esquerda, os *media* noticiosos são vistos como instrumentos que põem em causa o capitalismo; na versão da direita, servem como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista.
- D) Para a teoria estruturalista, o processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade, como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual.

QUESTÃO 30

No que diz respeito às Teorias da Comunicação, pode-se afirmar que

- A) os frankfurtianos defendiam a pesquisa orientada para servir aos interesses do poder estatal e das empresas de comunicação. A partir disso, poderiam problematizar a existência dos meios e seu significado dos pontos de vista crítico e utópico.
- B) no início do século XX, nos Estados Unidos, a Escola de Chicago procedia a estudos macrossociológicos de processos comunicativos, tendo a "cidade" como local privilegiado de observação.
- C) a Teoria Matemática da Comunicação elaborada por Shannon e Weaver, em 1949, é uma sistematização do processo comunicativo a partir de uma perspectiva puramente técnica, com ênfase nos aspectos quantitativos.
- D) entre os pilares dos Estudos Culturais estão a crença de que as classes populares possuíam suas próprias formas culturais e a insistência em que o estudo da cultura poderia ser confinado a uma disciplina única.

QUESTÃO 31

Segundo Kotler (2003), existem 80 conceitos, relativos ao marketing, que todo profissional precisa saber. Diante disso, marque a opção **INCORRETA**.

- A) Quando a estratégia é idêntica à dos concorrentes, não é estratégia. Se for diferente, mas facilmente imitável, será uma estratégia ruim. Se for absolutamente diferente e difícil de copiar, será uma estratégia poderosa e sustentável.
- B) Posicionamento não é o que se faz com o produto de uma empresa, mas o que se faz com a mente dos clientes em potencial.
- C) É mais provável que uma empresa seja soterrada pelas tecnologias do que por seus atuais concorrentes. Entretanto, evita-se incorporar novas tecnologias em uma velha organização.
- D) Os ativos mais importantes de uma empresa são aqueles que constam de seu balanço patrimonial: imobilizado, contas a receber, estoques e outros itens do gênero.

QUESTÃO 32

Com relação ao jornalismo organizacional, tomando por base os estudos de Sólito (2011), pode-se dizer que, **EXCETO**:

- A) na redação de um jornal, deve-se redigir frases curtas e na ordem direta; ser o mais preciso nas informações, evitando adjetivação desnecessária e não criar tensionamento no texto, de forma a apreender o leitor.
- B) no Brasil, o golpe militar de 64 ajudou no desenvolvimento do jornalismo organizacional. Com a censura e a pressão sobre a imprensa diária, muitos profissionais foram atuar em assessorias de imprensa.
- C) o espaço de recepção é um espaço de conflito e as audiências são plurais. Na recepção, ocorrem a negociação, a produção de sentido e, também, o estudo dos meios de comunicação de massa a partir da cultura.
- D) a comunicação constitui um dos elementos essenciais no processo de circulação, transmissão e cristalização do universo simbólico de uma organização.

QUESTÃO 33

A partir da perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing, pode-se afirmar que a opção **INCORRETA** é a da letra

- A) A propaganda é uma ferramenta importante na gestão da comunicação de marketing. As empresas têm nessa ferramenta uma forte aliada para vender e obter participação de mercado para seus produtos e marcas.
- B) A pesquisa de marketing é também considerada uma ferramenta de comunicação com o consumidor (tanto quanto propaganda, relações públicas, promoção de vendas e *merchandising*), pois conversa com ele na predefinição de produto, durante a introdução do produto no mercado e após o seu lançamento.
- C) A pesquisa comportamental é uma investigação para melhor compreender o problema a ser pesquisado. É a descrição da situação por meio do levantamento de dados primários junto a uma amostra representativa.
- D) Relações públicas de marketing é uma ferramenta constituída por várias técnicas, com o objetivo de elevar e proteger a imagem de uma empresa, de seus produtos e de suas marcas.

QUESTÃO 34

A administração da imagem de uma organização/instituição deve ser permanente e estratégica. A reação do mercado ou do público em relação à entidade vai depender da imagem que fizer dela. Diante disso, segundo Toni (*apud* KUNSCH, 2009), a organização pode interferir positivamente no processo de formação de sua imagem diante dos públicos por meio das seguintes ações, **EXCETO**:

- A) acompanhando o processo de formação de imagem diante dos diversos públicos, para avaliar seu desenvolvimento e sua configuração.
- B) informando-os constantemente sobre a organização em si, sobre a existência e o significado de suas marcas, bem como sobre a existência, a utilidade e as características de seus produtos.
- C) divulgando informações sobre balanços patrimoniais e ativos permanentes de forma que os dados possam ser interpretados por especialistas em economia, administração e contabilidade.
- D) planejando novas formas de comunicação com esses públicos, de modo a caminhar melhor rumo à imagem desejada, mantê-la ou aperfeiçoá-la.

QUESTÃO 35

Na sua proposta de comunicação integrada, Kunsch (2003) pressupõe a junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa. Diante disso, relacione a primeira coluna com a segunda.

- 1- comunicação institucional
- 2- comunicação mercadológica
- 3- comunicação administrativa
- 4- comunicação interna

- A- ferramenta estratégica para compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, com estímulo ao diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis.
- B- permite viabilizar todo o sistema organizacional por meio de uma confluência de fluxos e redes.
- C- Relações públicas, jornalismo empresarial, assessoria de imprensa, imagem corporativa.
- D- Propaganda, promoção de vendas, merchandising e marketing.

Assinale a opção **CORRETA**.

- A) 1C/2B/3A/4C
- B) 1C/2D/3B/4A
- C) 1B/2D/3A/4C
- D) 1B/2A/3C/4D

QUESTÃO 36

Entre as atividades desenvolvidas por uma assessoria de imprensa está a elaboração do *release*. Entre os critérios para o bom aproveitamento de um *release* por parte dos veículos noticiosos está, **EXCETO**:

- A) interesse da instituição: embora o assunto não seja de interesse público, é fundamental para a formação da boa imagem da instituição.
- B) interesse público: se o conteúdo tem relevância suficiente para interessar ao público do veículo, da editoria, do programa, do colunista.
- C) ser novidade: se a informação ainda não foi tratada pela imprensa ou não é de conhecimento do público do veículo.
- D) disponibilidade: se existe informação suficiente sobre o assunto, fontes disponíveis e acessíveis, material adaptado à natureza do veículo.

QUESTÃO 37

Uma assessoria de imprensa é responsável por diversos produtos e tarefas. Diante disso, analise as opções seguintes e marque a que estiver **INCORRETA**.

- A) Visitas dirigidas, treinamento de fontes (*media training*), *releases*, *mailing* de jornalistas.
- B) Acompanhamento de entrevistas, arquivo de material jornalístico, análise do noticiário, análise do balanço patrimonial em conjunto com o setor administrativo.
- C) Jornal mural, manuais, fotos, organização de entrevistas coletivas.
- D) Atendimento à imprensa, contatos estratégicos, auditoria de mídia, *releases*.

QUESTÃO 38

Forni (*apud* DUARTE, 2010) garante que a maioria das crises de imagem, se forem seguidos princípios básicos de gestão de crise, pode ser superada. Nesses casos, diante de uma crise instaurada, assinale a opção **CORRETA**.

- A) Se a empresa for anunciante do veículo responsável pela divulgação do fato, exigir a demissão do jornalista responsável pela investigação e divulgação da matéria, sob pena de o contrato comercial ser rescindido entre as partes.
- B) Sempre atender aos jornalistas, mas procurar postergar a resposta e ser evasivo, tentando desviar o foco das notícias negativas.
- C) Após a publicação do fato negativo, responder imediatamente, mesmo sem analisar bem a dimensão da matéria. O importante é não deixar o assunto sem resposta.
- D) Nunca perder o controle dos acontecimentos ou até mesmo do processo de apuração do jornalista. Saber o estágio da matéria, as fontes consultadas pelo repórter, a versão e a dimensão que ele tem da denúncia.

QUESTÃO 39

Leia as opções seguintes e marque a que estiver **CORRETA**.

- A) Depois de uma entrevista, não espere que o veículo de comunicação apresente a notícia exatamente do jeito que você gostaria. O jornalista costuma confirmar informações, ouvir outras pessoas e cruzar fontes para fornecer a informação da maneira mais completa possível.
- B) Sempre que necessário, como assessor de imprensa, utilize meios de pressão comercial ou pessoal para evitar ou garantir a publicação de uma matéria de interesse de sua instituição.
- C) Se as informações pedidas pela imprensa forem comprometer ou gerar uma imagem negativa de sua instituição, dificulte, ao máximo, o acesso às fontes de informação e aos dados comprometedores.
- D) Exigir que os jornalistas dos diversos veículos mandem as matérias para serem avaliadas pela assessoria de imprensa antes da publicação das mesmas. Assim, evita-se, por exemplo, a divulgação de algo negativo sobre a instituição.

QUESTÃO 40

No que diz respeito à linguagem e ao discurso, num estudo feito por Rezende (2000) sobre o perfil editorial do telejornalismo no Brasil, é **CORRETO** afirmar que

- A) Nas emissoras comerciais de TV, a programação adota um caráter primordialmente diversional que afeta, inclusive, as produções telejornalísticas.
- B) O jornalismo na TV padece da limitação linguística. É preciso divulgar o maior número de notícias no menor tempo possível, com conseqüente redução vocabular.
- C) A inspiração na oralidade propicia à TV comunicar-se com uma vasta camada do público receptor, mas, para consegui-lo, esta é obrigada a uma especialização de sua linguagem.
- D) Ao promover uma percepção mais sensorial e afetiva do que racional, o discurso da TV abriga, em sua essência, uma íntima e constante ligação entre destinador e destinatário mediada pelo espetáculo.

QUESTÃO 41

Dentro do telejornalismo, o termo que não corresponde à sua definição é

- A) deixa final: é a última lauda do espelho, na qual o editor indica ao diretor de TV os créditos da equipe responsável pela produção do telejornal.
- B) plano sequência: gravação ininterrupta, sem que a câmera seja desligada ou que sejam feitos cortes na ilha de edição.
- C) escalada: manchetes sobre os principais assuntos do dia que abrem o jornal.
- D) espelho: previsão do que será o jornal, com a ordem de entrada das matérias e o tempo estipulado para cada uma delas.

QUESTÃO 42

Sobre os princípios fundamentais no processo de produção de uma matéria em telejornalismo, segundo Paternostro (1999), é **CORRETO** afirmar que

- A) o texto deve ser sempre descritivo, apoiando as imagens, para que o telespectador tenha clareza daquilo que está vendo.
- B) a imagem não dispõe de narrativa própria, sendo necessário o texto escrito para transmitir a informação e a emoção corretas.
- C) antes de escrever o texto, é preciso verificar quais são as imagens disponíveis: se há imagens que correspondam às informações que vão estar no texto.
- D) o texto de TV é escrito para ser falado (pelo locutor) e ouvido (pelo telespectador), mas, como tem o apoio das imagens, pode usar palavras rebuscadas e ser escrito na ordem indireta.

QUESTÃO 43

De acordo com Pinho (2003), a preparação de um texto para internet deve seguir algumas regras básicas. Assinale a opção **INCORRETA**.

- A) Dê às palavras o seu significado correto.
- B) Evite palavras longas se existirem outras mais curtas.
- C) Seja específico em vez de usar generalidades.
- D) Por dispor de um espaço virtual praticamente infinito, você sempre pode usar mais palavras do que precisa, inclusive com conteúdo abstrato.

QUESTÃO 44

Para a redação de uma matéria para o jornalismo impresso, assinale a opção **CORRETA**.

- A) Seja claro, preciso, direto, objetivo e conciso. Você pode usar frases mais longas, com intercalações excessivas e ordens inversas se o texto necessitar.
- B) A simplicidade é condição essencial do texto jornalístico. Você escreve para todos os tipos de leitor e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico.
- C) Recorra aos termos técnicos sempre que a matéria exigir. Não é preciso esclarecê-lo, pois somente os leitores especializados vão se interessar pelo conteúdo. Ou, se for o caso, quem estiver lendo pode recorrer a dicionários.
- D) Faça textos objetivos, embora eles não sejam necessariamente imparciais. Num texto informativo, exponha suas opiniões e ajude o leitor a formar e a se posicionar. Você pode também abusar de gírias quando for o caso.

QUESTÃO 45

Sobre o rádio no Brasil, é **CORRETO** afirmar que

- A) A pioneira em termos do chamado formato *all news* no Brasil é a rádio CBN, que importou no país o modelo norte-americano de rádio totalmente voltado à veiculação de notícias.
- B) a primeira emissora regular de rádio no Brasil foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Fundada por Roquette-Pinto e Morize, operava com programação definida e emissões ininterruptas.
- C) o rádio, em FM, embora de menor raio de alcance, ofereceu uma qualidade sonora superior. No Brasil, os Diários e Emissoras Associados foram os pioneiros nesse serviço, com a inauguração da Rádio Tupi, em 1970.
- D) o radiojornalismo cresceu em importância durante a Segunda Guerra Mundial. No Brasil, o repórter Esso foi um grande exemplo disso. No ar, a partir de agosto de 1941, trazia um modelo de texto linear, direto, corrido e sem adjetivações.

QUESTÃO 46

De acordo com a classificação que Barbosa Filho (2003) traça para os gêneros radiofônicos, é **CORRETO** afirmar que

- A) a nota, a notícia, o boletim e a reportagem fazem parte do gênero jornalístico.
- B) o comentário, o editorial, a crônica e o programa musical são do gênero de entretenimento.
- C) o *jingle*, o programa musical, o testemunhal e a peça de promoção pertencem ao gênero publicitário.
- D) a audiobiografia, o programa eleitoral, o programa ficcional e o testemunhal se inserem no gênero educativo-cultural.

QUESTÃO 47

Considerando a classificação estabelecida por Marques de Melo (2004), marque a opção que não corresponde à sua definição **CORRETA**.

- A) A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão.
- B) O comentário, o artigo e a resenha pressupõem autoria definida, mas não explicitada, sendo sempre divulgados em espaço de opinião institucional, assumido pela instituição jornalística.
- C) A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística.
- D) A coluna e a caricatura emitem opiniões temporalmente contínuas, sincronizadas com o emergir e o repercutir dos acontecimentos.

QUESTÃO 48

Quanto ao jornalismo científico, a partir dos estudos de Oliveira (2002), pode-se dizer que, **EXCETO**:

- A) o jornalismo científico se restringe à cobertura de assuntos específicos de Ciência e Tecnologia. Portanto, a informação científica não está presente em qualquer outra editoria.
- B) o jornalismo científico requer, além de bom conhecimento de técnicas de redação, considerável familiaridade com os procedimentos da pesquisa científica, conhecimentos de história da ciência, de política científica e tecnológica, entre outros.
- C) uma boa forma de aproximar o público leigo das informações científicas é o uso da metalinguagem. Quando as pessoas conseguem associar um princípio ou uma teoria científica a algo que lhes é familiar, fica mais fácil a compreensão do assunto.
- D) um vício recorrente no jornalismo científico é o oficialismo excessivo das fontes, principalmente das entidades governamentais de pesquisa que predominam no cenário científico brasileiro.

QUESTÃO 49

Com relação ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, assinale a opção **INCORRETA**.

- A) O jornalista não precisa, ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas
- B) É dever do jornalista opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.
- C) O jornalista não pode expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de morte, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência ou quaisquer outros sinais.
- D) O jornalista é responsável por toda informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.

QUESTÃO 50

Analise as afirmações que se seguem e com base no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, assinale aquela que não estiver **CORRETA**.

- A) Combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação.
- B) O jornalista não pode realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas.
- C) É dever do jornalista respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão, desde que não se trate de ocupante de cargo público ou exerça mandato eletivo.
- D) A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

RASCUNHO DO CARTÃO DE RESPOSTAS

Ao terminar as provas, transcreva suas marcações para o formulário "**Cartão de Respostas**", obedecendo às instruções de preenchimento nele contidas.

QUESTÕES 01 - 10	QUESTÕES 11 - 20	QUESTÕES 21 - 30	QUESTÕES 31 - 40	QUESTÕES 41 - 50
01 (A) (B) (C) (D)	11 (A) (B) (C) (D)	21 (A) (B) (C) (D)	31 (A) (B) (C) (D)	41 (A) (B) (C) (D)
02 (A) (B) (C) (D)	12 (A) (B) (C) (D)	22 (A) (B) (C) (D)	32 (A) (B) (C) (D)	42 (A) (B) (C) (D)
03 (A) (B) (C) (D)	13 (A) (B) (C) (D)	23 (A) (B) (C) (D)	33 (A) (B) (C) (D)	43 (A) (B) (C) (D)
04 (A) (B) (C) (D)	14 (A) (B) (C) (D)	24 (A) (B) (C) (D)	34 (A) (B) (C) (D)	44 (A) (B) (C) (D)
05 (A) (B) (C) (D)	15 (A) (B) (C) (D)	25 (A) (B) (C) (D)	35 (A) (B) (C) (D)	45 (A) (B) (C) (D)
06 (A) (B) (C) (D)	16 (A) (B) (C) (D)	26 (A) (B) (C) (D)	36 (A) (B) (C) (D)	46 (A) (B) (C) (D)
07 (A) (B) (C) (D)	17 (A) (B) (C) (D)	27 (A) (B) (C) (D)	37 (A) (B) (C) (D)	47 (A) (B) (C) (D)
08 (A) (B) (C) (D)	18 (A) (B) (C) (D)	28 (A) (B) (C) (D)	38 (A) (B) (C) (D)	48 (A) (B) (C) (D)
09 (A) (B) (C) (D)	19 (A) (B) (C) (D)	29 (A) (B) (C) (D)	39 (A) (B) (C) (D)	49 (A) (B) (C) (D)
10 (A) (B) (C) (D)	20 (A) (B) (C) (D)	30 (A) (B) (C) (D)	40 (A) (B) (C) (D)	50 (A) (B) (C) (D)