

LÍNGUA PORTUGUESA

Texto para responder às questões de 01 a 08:

Os corpos descarnados das passarelas

(1) Como explicar o estrondo sucesso dos desfiles de moda? Porque será que esses eventos outrora restritos e pouco interessantes para o grande público, de repente eclodiram em verdadeiros acontecimentos internacionais? Ao seu redor fermenta uma algazarra à qual é difícil permanecer alheio, todo um circo midiático em cujo centro brilham elas: as modelos, com suas roupas extravagantes, seu exibicionismo pueril e seus namorados famosos ... Mas, sobretudo, com seus *corpos exemplares*. Corpos extremamente jovens, delgados e pulcros. Afinal, os desfiles são isso: festivais de *corpos modelos*.

(2) Mas que corpos são esses? [...]

(3) Que corpo é esse que encandeia olhares ao desfilar com seus passos sinuosos, desafiando o fulgor dos *flashes* e dos holofotes? Que corpo é esse, infinitamente reproduzido nas telas eletrônicas e nas páginas brilhosas das revistas? Esses perfis esguios, de longas pernas e ventres tornados, parecem repelir os excessos da sociedade contemporânea com sua magreza, exprimindo um trabalho árduo e disciplinado sobre a própria volúpia.

(4) [...] tais corpos são desenhados, exibidos, copiados e consumidos como *imagens*. São lampejos visuais que pretendem atingir uma pureza imaterial, cuidadosamente afastada de todo lastro carnal. Pois a mensagem é clara: a carne pode (e deve) ser trabalhada como uma imagem, para ser exibida e observada, para ser consumida visualmente.

(5) Não é por acaso que programas de edição gráfica como o *Photoshop* desempenham um papel tão importante na construção dos “corpos belos” expostos nas vitrines midiáticas. Com esses bisturis de *software*, todos os “defeitos” e outros detalhes demasiadamente orgânicos presentes nos corpos fotografados são eliminados, retocados ou corrigidos. As imagens assim editadas aderem a um ideal de *pureza digital*, longe de toda imperfeição toscamente analógica e de toda viscosidade que pareça orgânica demais. [...]

(6) E a cada nova temporada, desde os cobiçados altares das passarelas, as lânguidas celebridades do mundo *fashion* convocam o ávido público a idolatrar e imitar suas formas. Pois lá embaixo, bem mais perto do lodo terreno, os corpos reais devem sofrer para esta á altura desses modelos digitalizados – e sobretudo *digitalizantes*. O mercado das aparências, é claro, comemora.

SIBILIA, Paula. *Os corpos descarnados das passarelas*. Folha de S. Paulo. São Paulo, 22 jan. 2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br>

QUESTÃO 1 – O texto expõe um determinado assunto em discussão, assim, a ideia defendida por ele é:

- A. Os desfiles de modas produzem mulheres consumidoras de um corpo extremamente delineado.
- B. Sucesso dos desfiles de moda, que de repente eclodiram em verdadeiros acontecimentos internacionais.
- C. Os eventos de desfile de moda influenciam as pessoas a idolatram e imitam formas perfeitas.
- D. Divulgação de corpos exemplares, delgados e pulcros das modelos, bem como roupas extravagantes e namorados famosos.
- E. O *photoshop* desempenha o papel de construir corpos perfeitos.

QUESTÃO 2 – Considere as seguintes afirmações sobre o primeiro parágrafo.

I – A autora utiliza expressões que demonstram sua crítica aos eventos de moda e a seus principais personagens. É de “circo midiático” e “Exibicionismo pueril”.

II – O substantivo “corpos” aparece, no trecho, qualificado por vários adjetivos. Apenas dois destes têm significado opostos.

III – Afirma-se que houve uma modificação quanto ao interesse do público pelos desfiles de moda. Tal aumento de sucesso é confirmado no segundo período pelo uso das palavras “eventos” e “acontecimentos”, que sugerem uma ideia de gradação crescente.

Estão corretas:

- A. Apenas a afirmação I
- B. Apenas a afirmação II
- C. Apenas I e II
- D. Apenas I e III
- E. Apenas II e III

QUESTÃO 3 – No terceiro parágrafo, o texto mantém as estratégias argumentativas presentes no primeiro parágrafo: tom interrogativo e o uso de elementos descritivos. Dois trechos desse parágrafo retomam o sentido da expressão: “circo midiático, utilizada para caracterizar o ambiente onde ocorrem os desfiles de moda. Esses trechos são:

- A. “... Perfis esguios, de longas pernas...” / “ventres torneados...”.
- B. “... Corpo que encadeia os olhares...” / “... seus passos sinuosos”
- C. “... O fulgor dos flashes e dos holofotes...” / “... infinitamente reproduzido nas telas eletrônicas e nas páginas brilhosas das revistas...”
- D. “... os excessos da sociedade contemporânea...” / “... exprimindo o trabalho árduo e disciplinado...”
- E. “... Telas eletrônicas...” / “... a própria volúpia...”

QUESTÃO 4 – Que palavras foram utilizadas para contrapor os “perfis esguios, de longas pernas e ventres torneados” das modelos ao mundo das pessoas comuns?

- A. Magreza e excessos
- B. Trabalho árduo e disciplinado
- C. Passos sinuosos e páginas brilhosas
- D. Fulgor e trabalho árduo
- E. Trabalho árduo e volúpia.

QUESTÃO 5 – Por que razão as modelos parecem não ser dotadas de qualquer “lastros carnis”, isto é, apresentam-se com “lampejos visuais”

- A. A razão é que o corpo delas é reproduzido nas mídias e revistas.
- B. A razão é que as imperfeições existentes no corpo delas são corrigidas pelo *photoshop*.
- C. A razão é que elas podem ser exibidas, observadas e consumidas visualmente.
- D. A razão é que os corpos naturais dessas modelos sofrem muito para chegar ao patamar de perfeição.
- E. A razão é que os corpos dessas mulheres apresentam um ideal de pureza digital elaborados pelos editores.

QUESTÃO 6 – Leia cada um dos assertos abaixo, referentes ao penúltimo parágrafo e assinale (V) ou (F), conforme seja verdadeiro ou falso. Depois, marque a opção que contenha a exata sequência.

- () No trecho, as aspas são utilizadas para questionar valores estéticos do senso comum, sugerindo que a autora pode não concordar com eles.
- () A irônica expressão “*bisturis de software*” retoma, como sinônimo, o trecho imediatamente anterior: “*vitruines midiáticas*”.
- () O adjetivo digital, usado para caracterizar o substantivo pureza, contrapõe-se, por oposição, ao sentido de analogia, que qualifica o substantivo imperfeição.
- () O vocábulo “*Viscosidade*” é sinônima de gomoso.

- A. F, F, V, F
- B. V, F, V, V
- C. V, V, V, V
- D. V, F, V, F
- E. F, F, F, F

QUESTÃO 7 – No último parágrafo estão localizados vários adjetivos, marque a alternativa em que um deles apresenta um sentido que se opõe à ideia de perfeição ideal dos “modelos digitalizados”.

- A. Nova
- B. Cobiçados
- C. Lânguidas
- D. Ávidos
- E. Reais

QUESTÃO 8 – “Que corpo é esse que “encandeia” os olhares...”

Nas sentenças a seguir, qual aquela que possui o mesmo significado da palavra grifada no trecho?

- A. O mundo *fashion* de moda treslouca as mulheres brasileiras.
- B. A luz forte dos carros ofuscam a vista dos animais noturnos.
- C. Os apaixonados apreciam músicas românticas.
- D. João ficou embaçadado com a aparição dos ets.
- E. Roupas extravagantes fulguram nas passarelas.

QUESTÃO 9 – “O corpo esguio encandeia os olhares ao desfilar ...”

O verbo flexionado nos mesmos tempo e modo em que se encontra o grifado acima está na alternativa?

- A. Desde sua origem, a Língua Portuguesa sofreu modificações.
- B. As civilizações antigas já praticavam algum tipo de arte circense.
- C. O cinema é uma arte engenhosa.
- D. Que você encante as pessoas com seu sorriso maroto.
- E. Revele, por favor, as suas habilidades.

QUESTÃO 10 - “... cuidadosamente afastada de todo lastro carnal...”/ “...e outros detalhes demasiadamente orgânicos ...”. As palavras sublinhadas nos trechos têm a função morfológica de:

- A. Substantivos
- B. Adjetivos
- C. Verbos
- D. Conjunção
- E. Advérbios

QUESTÃO 11- Indique a letra na qual as palavras complementam respectivamente os espaços das frases abaixo:

“Entre _____ e _____ nada existiu que nos obrigássemos a ficarmos juntos.”

“Tem sido insuportável para _____ esperar tanto sua volta!”

“Venha aqui para _____ vê-lo de perto.”

- A. Mim, ti/ mim/eu
- B. eu, ti/mim/eu
- C. tu, eu/mim/eu
- D. Mim, ti/eu/mim
- E. Eu, você/eu/eu

QUESTÃO 12 - Assinale a opção que contém os pronomes relativos, regidos ou não de preposição, que preenchem corretamente as lacunas nos períodos:

“O aluno _____ mãe entreguei as notas é Paulo.”

“Nada sei do assunto _____ vocês se referem”

“O rapaz _____ irmã é modelo faz pintura”

“Aplaudimos as garotas _____ cantaram muito bem”.

- A. A cuja/ de que/ cuja/ que
- B. Cuja/ a que/ cuja/ que
- C. A qual/ de que/ cuja/ que

- D. A cuja/ a que/ cuja/que
- E. A qual/ que/que/que

QUESTÃO 13 – Marque a afirmativa em que o grupo de palavras apresenta acentuação gráfica correta.

- A. Pencil – Teófilo- medium.
- B. Equívoco – baínha – ruím
- C. Fóssil- hipófise – herói
- D. Paranóico – desdém – fênix
- E. Enjôo – níquel – consciência.

QUESTÃO 14 – Marque a alternativa que apresenta o emprego de grafia INCORRETA.

- A. Verifique se este profissional sabe consertar computador.
- B. No texto de sua monografia há vários acentos mal colocados.
- C. Porcelanas como essas, você só encontra na seção de louças.
- D. Fixe o pôster no mural com uma tacha de cabeça dourada.
- E. A ponte apresentava rachadura na estrutura, o risco de cair era eminente.

QUESTÃO 15 – a respeito do emprego da vírgula, qual das alternativas apresenta o uso CORRETO?

- A. Dois observadores espaciais, emudecem, assombrados.
- B. O feijão, em razão da escassez, vem aumentando de preço.
- C. A descoberta, reforça, o interesse, de enviar pessoas a Marte
- D. Nesta, quarta-feira dia 15, um novo museu de arte plástica surge em Paris.
- E. O competidores treinaram muito para o campeonato porém, não conseguiram vencer.

QUESTÃO 16 – “Meu filho, você pode jogar futebol, contanto que você faça as suas atividades de aula!” A oração grifada expressa o sentido de:

- A. Concessão
- B. Causa
- C. Condição
- D. Consequência
- E. Conformidade

QUESTÃO 17 – “Os médicos não encerram a greve, nem o governo fez nova proposta de aumento para categoria”. Qual das assertivas abaixo apresenta o mesmo sentido da conjunção grifada.

- A. A candidata não só se esforçou nas apresentações teóricas, mas também, expôs novas estratégias de pesquisa.
- B. As chuvas foram insuficientes, todavia a colheita foi muito boa.
- C. É o nosso desejo que todos os seus sonhos se realizem
- D. Esforce pelos seus objetivos, pois todos eles são realizáveis.
- E. Ora sorria, ora chorava, a jovem não tinha clareza de suas emoções.

QUESTÃO 18 – Em qual frase a posição do pronome foi empregado de maneira INCORRETA.

- A. Aqui se pratica a paz e a harmonia.
- B. Talvez lhe traga esperança à leitura do livro de autoajuda.
- C. Quanto lhe devo pela sua dedicação por mim?
- D. Vou lhe dizer a verdade, as lembranças machucam muito.
- E. Que o futuro lhe traga esperança aos seus sonhos.

QUESTÃO 19 - Identifique a alternativa que completa, CORRETAMENTE, fazendo ou não o emprego da Crase.

- I – Os médicos assistiam __ moça doente, acreditando em sua recuperação.
- II - Não me esqueço da viagem __ Roma.
- III – A família saiu da casa __ pressas com medo de casa cair.

IV- Refiro-me ___ dedicação dos médicos pela recuperação da moça.

- A. à, à, às, à
- B. a, a, às, à
- C. a, a, a, à
- D. à, a, as, a
- E. à, a, as, à

QUESTÃO 20 –



A fala da personagem: “...vida começa a devorar os seus sonhos.”, no primeiro quadrinho, apresenta a figura de linguagem que está na opção:

- A. Metonímia
- B. Catacrese
- C. Prosopopeia
- D. Antítese
- E. Eufemismo

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

QUESTÃO 21 - Os sete princípios do cooperativismo são as linhas orientadoras por meio das quais as cooperativas levam os seus valores à prática. Assinale a alternativa que indique o princípio que não faz parte das linhas orientadoras no cooperativismo:

- A. Adesão voluntária e livre
- B. Gestão autocrática
- C. Participação econômica dos membros
- D. Autonomia e independência
- E. Intercooperação

QUESTÃO 22 - O SESCOOP será dirigido por um Conselho Nacional, com a seguinte composição, exceto:

- A. Um representante do Ministério do Trabalho e Emprego;
- B. Um representante do Ministério da Previdência e Assistência Social
- C. Um representante do Ministério da Fazenda
- D. Um representante dos trabalhadores em sociedades cooperativas
- E. Um representante da Secretaria da Micro e Pequena Empresa

QUESTÃO 23 - Constituem receitas do SESCOOP:

- A. subvenções voluntárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios
- B. receitas patrimoniais das cooperativas ligas ao SESCOOP
- C. doações e heranças
- D. contribuição anual compulsória, a ser recolhida, a partir de 1^o de janeiro de 1999, pela Previdência Social, de dois vírgula cinco por cento sobre o montante da remuneração paga a todos os empregados pelas cooperativas
- E. contribuições dos sindicatos das cooperativas

QUESTÃO 24 - “É modalidade de comunicação entre unidades administrativas de um mesmo órgão, que podem estar hierarquicamente em mesmo nível ou em níveis diferentes. É uma forma de comunicação eminentemente interna”. Essa definição, de acordo com o manual de redação da Presidência da República, se refere a qual forma de comunicação oficial?

- A. Ofício;
- B. Aviso
- C. Mensagem
- D. Correio eletrônico
- E. Memorando

QUESTÃO 25 - “A Diretora do Departamento de Recursos Humanos – Sra. Ana da Silva – informou, por meio de um e-mail, ao Sr. José de Almeida, Diretor do Departamento Financeiro, que havia a necessidade imediata da compra dos equipamentos.”

Na situação acima transcrita, pode-se afirmar que o Diretor do Departamento Financeiro é o:

- A. Canal da mensagem
- B. Código da mensagem
- C. Emissor da mensagem
- D. Referente da mensagem
- E. Receptor da mensagem

QUESTÃO 26 - A respeito da gestão de ética nas organizações, assinale a alternativa correta.

- A. É uma questão pessoal que atende ao ponto de vista de cada um, assim a organização deve tratar o assunto com subjetividade.
- B. A gestão ética é composta por um conjunto de valores e regras que definem a conduta dos indivíduos como certa e errada.
- C. A gestão ética baseia-se em regras legais de comportamento que pretendem ser imparciais.
- D. É um conjunto de regras que dizem como se comportar em todas as situações
- E. É aplicada principalmente nos níveis gerenciais de uma organização, já que deve ser acompanhado taticamente.

QUESTÃO 27 - Com o Windows 7 ligado e pronto para utilização, pressionando-se a combinação de teclas Ctrl+Shift+Esc uma única vez, obtém-se o:

- A. Arquivo de programas
- B. Painel de controle
- C. Gerenciador de tarefas
- D. Gerenciador de rede
- E. Registro do Windows

QUESTÃO 28 - O Zoom do Excel atinge um mínimo de 10%, igualmente ao Word, mas seu valor máximo difere, sendo de:

- A. 600%
- B. 300%
- C. 500%
- D. 400%
- E. 700%

QUESTÃO 29 - Considerando os conceitos utilizados na *internet*, assinale abaixo a alternativa que contem o conceito de *backbone*:

- A. Qualquer máquina/computador conectado a uma rede
- B. Equipamento usado para fazer a comunicação entre diferentes redes de computadores. Provendo a comunicação entre computadores distantes entre si.
- C. São áreas de alta velocidade, ligando grandes empresas de telecomunicações em várias partes do mundo, conhecidos como “espinhas dorsais” da internet
- D. Empresa que oferece principalmente serviço de acesso à Internet, agregando a ele outros serviços relacionados, tais como "e-mail", "hospedagem de sites" ou blogs, entre outros.
- E. É um sistema de computação que fornece serviços a uma rede de computadores. Esses serviços podem ser de natureza diversa, como por exemplo, arquivos e correio eletrônico, páginas Web.

QUESTÃO 30 - “É um navegador criado pela Apple e se trata do navegador padrão no sistema operacional Mac OS X”. Assinale a opção que aponta qual o nome do navegador em questão:

- A. Chrome
- B. Opera
- C. Firefox
- D. Safari
- E. Internet Explorer

QUESTÃO 31 - Conhecer e administrar a questão da imagem das organizações é uma tarefa complexa e torna-se um grande desafio saber conduzi-la no contexto da comunicação institucional. O conceito de imagem corporativa é definido como:

- A. Atuação no desenvolvimento econômico e social das comunidades na qual está envolvida.
- B. Atividades estratégicas e organizacionais coerentes com as declarações de missão, objetivos e metas.
- C. Atividades operacionais relacionadas à comercialização e distribuição das linhas de produtos e serviços.
- D. Percepção da opinião pública a respeito do comportamento institucional das organizações e dos seus integrantes.
- E. Conjunto de elementos visuais e simbólicos que identificam a presença da organização.

QUESTÃO 32 - Em um ambiente de trabalho em que grande parte dos funcionários não tem acesso a terminais de computadores, as empresas encontram dificuldades para usar a intranet como canal de comunicação com o público interno. Neste caso, o instrumento mais indicado para ser usado como veículo de comunicação interna é o(a)

- A. Release.
- B. Clipping.
- C. House-organ.
- D. Vídeo.
- E. Caixa de sugestões.

QUESTÃO 33 - Leia atentamente as afirmativas abaixo:

I - _____: É um meio flexível, pois admite pouco ou muito texto. II - _____: É um meio limitado quanto a espaço para redação. Mas, seu maior impacto no público-alvo deve ser considerado no plano de comunicação; III - _____: Sua principal característica é trabalhar com a imaginação do público alvo; IV - _____ e _____: São os dois elementos que garantem a leitura de um folder; Os meios de comunicação e características destes que substituem corretamente as lacunas acima são:

- A. I - folder, II - outdoor, III - rádio, IV – título e formato;
- B. I - mala direta, II - banner, III - anúncio para jornal, IV - tamanho e cor;
- C. I - folder, II - slogan, III - anúncio para jornal, IV – texto e fotos;
- D. I - mala direta, II - outdoor, III - rádio, IV - tamanho e texto;
- E. I - folder, II - outdoor, III - banner, IV – fotos e cores;

QUESTÃO 34 - De acordo com Margarida Kunsh (2003), assinale a alternativa que apresenta as áreas da comunicação organizacional que compõem a comunicação integrada.

- A. Comunicação interna; comunicação institucional; comunicação mercadológica; comunicação administrativa.
- B. Comunicação institucional; comunicação interna; assessoria de imprensa; publicidade e propaganda
- C. Comunicação institucional; comunicação interna; publicidade e propaganda; *marketing*
- D. Publicidade e propaganda; *marketing*; assessoria de imprensa; comunicação interna
- E. Comunicação interna; comunicação administrativa; comunicação institucional; assessoria de imprensa.

QUESTÃO 35 - De acordo com o autor José Benedito Pinho (1990), anúncios que contam a história da empresa, as políticas de administração, os investimentos em pesquisa, a responsabilidade social da empresa para com o bem-estar da comunidade e os serviços prestados aos consumidores, são chamados de:

- A. Propaganda com função de serviço público.
- B. Propaganda com função institucional.
- C. Propaganda com função de identidade.
- D. Propaganda com função protetora.
- E. Propaganda com função de estímulo à ação.

QUESTÃO 36 - No livro *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia*, Cláudia Lemos e Rozélia Gáudio afirmam que um veículo empresarial é ao mesmo tempo jornalístico e institucional. Diante desse ponto de vista, é INCORRETO afirmar que:

- A. A atualidade deve fazer parte dos conteúdos veiculados nessas publicações, entendendo-a como os fatos que formam o presente da empresa.
- B. Nos veículos de comunicação, as matérias feitas pelos repórteres passam pelo crivo dos editores antes de serem veiculadas e, nas publicações empresariais, precisam do aval da empresa para se fazer circular.
- C. Esse veículo deve respeitar a inserção institucional e as políticas interna e externa da organização.
- D. Um veículo empresarial não precisa apresentar as qualidades do bom jornalismo, entre elas, periodicidade, rigorosa apuração das informações, texto informativo e estilo objetivo.
- E. O critério mais válido para determinar o conceito de notícia na empresa é a política empresarial por ela adotada.

QUESTÃO 37 - Entre as publicações feitas pela assessoria de imprensa de uma empresa, o *newsletter* vem cada vez mais sendo utilizado, incluindo a sua versão eletrônica. Podemos definir o *newsletter* como:

- A. Veículo impresso, noticioso e periódico, de tiragem regular. Presta-se ao jornalismo informativo, interpretativo e opinativo.
- B. Publicação periódica que trata de assuntos de interesse geral ou ramo de conhecimento. O tratamento das notícias é mais livre e interpretativo. Além disso, tem melhor tratamento gráfico, e estilo redacional mais ameno.
- C. Boletim informativo, constituído de notícias ou por mensagens de interesse especial, para um público específico. Pode ter caráter jornalístico (publicação dirigida, especializada, distribuída apenas a um determinado público) ou institucional.
- D. Veículo impresso, periódico, de comunicação institucional, distribuído gratuitamente e dirigido ao público interno (colaboradores e cooperados), e ou a determinados segmentos do público externo (fornecedores, clientes).
- E. Veículo rápido, adequado para as mensagens informativas. Difere do jornal e da revista por suas características de estilo redacional (menor variedade temática), de difusão e de periodicidade.

QUESTÃO 38 - O *press-kit* é um conjunto informativo destinado à divulgação de fato jornalístico, de forma a auxiliar o trabalho dos jornalistas de diferentes veículos de comunicação. No *press-kit* de convocação para um evento de grande porte, qual elemento entre os descritos abaixo não deve ser incluído?

- A. Release padrão contendo os dados mais relevantes a respeito do acontecimento.
- B. Definição das pautas a serem realizadas.
- C. Histórico das edições anteriores do evento e da entidade promotora.

- D. Programação detalhada e mapa de localização de salas, estandes, coordenação do evento e assessoria de imprensa.
- E. Currículo e fotos dos principais palestrantes.

QUESTÃO 39 - Leia atentamente as afirmativas abaixo:

_____ : peça de comunicação interna ou externa que, devido ao seu formato digital, a informação é administrada na tela, eliminando a necessidade de cópias impressas; com entrega instantânea, tem custo relativamente barato e permite personalizar a comunicação certa para o consumidor certo. _____ : espaço privativo, explicitamente identificado nos sites e portais das organizações, que têm como objetivo promover o relacionamento de uma organização com os veículos e jornalistas. Alguns de seus atributos principais são: pertinência, qualidade e atualidade das informações; interatividade e agilidade de resposta. _____ : o trabalho de compor títulos, textos, gráficos, fotos, mapas e ilustrações na página, de forma equilibrada e atraente.

As atividades de comunicação que substituem corretamente as lacunas acima são:

- A. Intranet, Banner e Edição.
- B. Spam, Fullbanner e Espelho.
- C. Email marketing, sala de imprensa e Diagramação.
- D. Fullbanner, Email marketing e Composição.
- E. Postagem, sala de imprensa e Edição.

QUESTÃO 40 - Um evento, quando bem planejado e executado, criará um conceito positivo para a organização que o promove. Sobre o planejamento de eventos, é correto afirmar que:

- A. A divulgação do evento deve ser centrada no contato com a imprensa que, por sua vez, fará a divulgação indireta do evento a todo o público interessado.
- B. A presença de autoridades e convidados ilustres confere ao evento um caráter único, por isso essas figuras públicas devem sempre ser convidadas para qualquer tipo de acontecimento, independente de seu objetivo primário.
- C. A organização de um evento envolve exclusivamente fatores ponderáveis, que podem ser solucionados previamente mediante planejamento.
- D. A previsão dos recursos necessários para a realização de um evento inclui não só os recursos financeiros, mas também os recursos materiais e humanos.
- E. O *follow up* dos releases enviados e a confecção do *clipping* fazem parte do fase denominada pós-evento.

QUESTÃO 41 - O uso da visualidade nos veículos de comunicação impressos cresceu na mesma medida que a tecnologia ampliou o conceito de texto, trazendo para as páginas dos jornais outros códigos: primeiro as ilustrações, depois a fotografia, mais tarde as cores etc. Hoje, a computação gráfica oferece muitas possibilidades que estão sendo incorporadas mais eficazmente aos veículos impressos. A utilização destas novas linguagens proporciona ao jornalismo maior conteúdo informacional.

A nova linguagem comunicacional a que o texto se refere é a

- A. Fotografia.
- B. Infografia.
- C. Textografia.
- D. Infogravura.
- E. Ilustração livre.

QUESTÃO 42 - Leia atentamente as afirmações abaixo:

I – A Intranet pode incorporar fóruns, murais, chats, bem como circular informações administrativas (normas, legislação e ordens); II – Tornar públicas as eventuais alterações ocorridas na estratégia de marketing (por exemplo, modificações do preço, novo modelo, algum aperfeiçoamento do produto e assim por diante), é função da publicidade. III- Métrica é a ação responsável por coletar todas as menções à marca em diferentes plataformas sociais on-line. IV – No fotojornalismo, o texto também é importante e possui várias funções como, por exemplo, chamar a

atenção para a fotografia ou para alguns dos seus elementos, complementar informativamente a fotografia, devido à incapacidade que a imagem possui de mostrar conceitos abstratos, analisar, interpretar e(ou) comentar a fotografia e(ou) o seu conteúdo. Considerando-as como Verdadeiras (V) ou Falsas (F), assinale a alternativa correta:

- A. I – V; II – V; III – F; IV – V;
- B. I – V; II – F; III – F; IV – V;
- C. I – F; II – V; III – V; IV – V;
- D. I – V; II – V; III – F; IV – F;
- E. I – V; II – V; III – F; IV – F;

QUESTÃO 43 - Na edição de uma matéria, o “olho” tem como função completar a informação titulada. Dessa forma, esse recurso:

- A. Repete fatos titulados ou palavras já usadas no título.
- B. Não deve conter verbos.
- C. Deixa, em tese, o editor/redator mais limitado para a criação do título, pois o detalhe da informação será dado depois que o título tiver tido efeito.
- D. Repete palavras já usadas no chapéu.
- E. Pode destacar uma frase significativa contida no texto.

QUESTÃO 44 - Escolher os temas mais importantes da pauta, conceber as páginas e seu conjunto de forma a apresentar as notícias de maneira ordenada e mais relevante, caracteriza o processo de:

- A. Copidescagem.
- B. Edição.
- C. Classificação de fontes.
- D. Confecção do espelho.
- E. Cobertura.

QUESTÃO 45 - Assinale a opção que indica o *software* adequado para a diagramação de publicações tais como páginas em revistas, jornais, anúncios, tanto em plataforma Windows quanto em Mac.

- A. Illustrator
- B. CorelDraw
- C. LibreOffice
- D. InDesign
- E. Photoshop

QUESTÃO 46 - Para arquivos utilizados no Photoshop a extensão mais utilizada é:

- A. .vhs
- B. .ppt
- C. .psd
- D. .psb
- E. .indd

QUESTÃO 47 - Navegadores, como Internet Explorer, são uma categoria de programas desenvolvidos por alguns fabricantes de softwares e que tem como característica apresentar textos e gráficos que podem conter cores, animações, sons e interatividade. Para o navegador apresentar estas páginas, ele recebe instruções pela rede na forma de textos codificados, numa linguagem própria das páginas de Web. A essa linguagem denomina-se:

- A. URL (Uniform Resource Locator) ou Localizador Uniforme de Recursos;
- B. HTML (HyperText Markup Language) ou Linguagem de marcação de hipertexto;
- C. Hyperlinks;
- D. World Wide Web (www);
- E. HTTP (HyperText Transfer Protocol) ou Protocolo de Transferência de Hipertexto.

QUESTÃO 48 - A respeito do armazenamento de dados na nuvem, analise as afirmativas a seguir.

I – O armazenamento de dados na nuvem só ocorre se o usuário disponibilizar ao gerenciador da nuvem uma área em sua máquina local para o acesso, o armazenamento e o processamento de outros arquivos e programas.

II – Na computação em nuvem é possível acessar dados armazenados em diversos servidores de arquivos localizados em diferentes locais do mundo, contudo, a plataforma utilizada para o acesso deve ser idêntica à dos servidores da nuvem.

III – Dropbox, Google Drive, Onedrive e Box.com são sistemas operacionais online que funcionam como servidores para armazenamento de dados na nuvem (ou disco virtual) tais como fotos digitais, documentos, músicas e arquivos de vídeo ou áudio.

Considerando-as como Verdadeiras (V) ou Falsas (F), assinale a alternativa correta:

- A. Se somente as afirmativas I e II estiverem corretas.
- B. Se somente as afirmativas II e III estiverem corretas.
- C. Se somente a afirmativa I estiver correta.
- D. Se somente a afirmativa II estiver correta.
- E. Se somente a afirmativa III estiver correta.

QUESTÃO 49 - A confecção de títulos para *releases* segue as convenções adotadas pelos jornais e revistas. Qual ação entre as descritas abaixo deve ser observada na redação de um título?

- A. Privilegiar o uso de expressões ambíguas e jogos de palavras.
- B. Usar os verbos no presente e na voz ativa.
- C. Usar artigos definidos ou indefinidos no início do título.
- D. Usar os verbos no passado e na voz passiva.
- E. Colocar sempre o nome da entidade ou da empresa.

QUESTÃO 50 - De acordo com Bueno (2009), no livro “comunicação empresarial: políticas e estratégias”, em função do caráter mutante da indústria da comunicação e da complexidade das organizações, a realidade mostrou que as empresas não poderiam separar as chamadas Comunicação Institucional e Comunicação Mercadológica, o que deu origem à comunicação integrada. Nesta nova realidade, o perfil do profissional Assessor de Imprensa teve que ser readequado.

Tendo em vista esta premissa, qual das alternativas abaixo abrange, de forma mais ampla e contemporânea, a função do Assessor de Imprensa:

- A. O assessor de imprensa deve conhecer em profundidade o processo de produção jornalístico, bem como cultivar bons relacionamentos com os jornalistas e redigir releases de forma eficiente.
- B. O assessor de imprensa estabelece pontes entre as vertentes institucional e mercadológica de uma empresa ou entidade e as sintetiza e consolida em oportunidades de divulgação, que atendem a objetivos estratégicos da organização.
- C. Seguindo a perspectiva da comunicação institucional, o assessor passa a gerir relacionamentos com a mídia, fazendo parcerias com os meios de comunicação em função, principalmente, das amizades que consegue estabelecer nas redações.
- D. Por sua postura ética, pela capacidade de suprir os jornalistas com informações relevantes e estabelecer parcerias duradouras, o assessor de imprensa deixa de ser um mero assessor, e passa a atuar, hierarquicamente, subordinado à área de marketing de uma empresa ou entidade para planejar a exposição de produtos e serviços.
- E. O assessor de imprensa passa a trabalhar sob a perspectiva única do marketing, entendendo a dinâmica do mercado e da sociedade, sem deixar de cultivar os bons relacionamentos que cultivava com jornalistas e com os públicos de interesse da organização.

QUESTÃO DISCURSIVA

Leia com atenção o texto abaixo e responda a questão a seguir:

A EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA) é referência no Brasil em função de sua competência na área da comunicação, certamente derivada de uma “cultura de comunicação” moderna, descentralizada, e de uma estrutura profissionalizada que congrega hoje quase uma centena e meia de comunicadores, entre jornalistas, relações-públicas, publicitários, designers e outros. [...]

A Embrapa tem, há mais de dez anos, uma política de comunicação, sistematicamente revisada, com uma perspectiva abrangente do campo que tem como particularidade, quase única no cenário brasileiro, a sua incorporação ao processo de gestão.

Fonte: Bueno, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

Considerando o texto acima como base, responda, **em um texto único (dissertativo)** as seguintes questões:

- Explique o conceito de “política de comunicação institucional”;
- Quem elabora a política de comunicação de uma organização?
- Cite ao menos quatro (04) ferramentas de comunicação que podem ser utilizadas pelo analista de comunicação de uma organização para incorporar a “política de comunicação” em todas as instâncias da organização?