

## S7

Analista de Nível Superior •

## Comunicação Social (Jornalista)

### Instruções



Confira o número que você obteve no ato da inscrição com o que está indicado no cartão-resposta.

\* A duração da prova inclui o tempo para o preenchimento do cartão-resposta.

Para fazer a prova você usará:

- este **caderno de prova**.
- um **cartão-resposta** que contém o seu nome, número de inscrição e espaço para assinatura.

Verifique, no caderno de prova, se:

- faltam folhas e a sequência de questões está correta.
- há imperfeições gráficas que possam causar dúvidas.

**Comunique imediatamente ao fiscal qualquer irregularidade!**

### Atenção!

- Não é permitido qualquer tipo de consulta durante a realização da prova.
- Para cada questão são apresentadas 5 alternativas diferentes de respostas (a, b, c, d, e). Apenas uma delas constitui a resposta correta em relação ao enunciado da questão.
- A interpretação das questões é parte integrante da prova, não sendo permitidas perguntas aos fiscais.
- Não destaque folhas da prova.

Ao terminar a prova, entregue ao fiscal o caderno de prova completo e o cartão-resposta devidamente preenchido e assinado.



29 de maio



60 questões



8 às 12h



4h de duração\*





**Português**

6 questões

Leia o texto.

**Cafezinho**

Leio a reclamação de um repórter irritado que precisava falar com um delegado e lhe disseram que o homem havia ido tomar um cafezinho. Ele esperou longamente e chegou à conclusão de que o funcionário passou o dia inteiro tomando café.

Tinha razão o rapaz de ficar zangado. Mas com um pouco de imaginação e bom humor podemos pensar que uma das delícias do gênio carioca é exatamente esta frase:

— Ele foi tomar café.

A vida é triste e complicada. Diariamente é preciso falar com um número excessivo de pessoas. O remédio é ir tomar um “cafezinho”. Para quem espera nervosamente, esse “cafezinho” é qualquer coisa infinita e torturante.

Depois de esperar duas ou três horas dá vontade de dizer:

— Bem cavalheiro, eu me retiro. Naturalmente o Sr. Bonifácio morreu afogado no cafezinho.

Ah, sim, mergulhemos de corpo e alma no cafezinho. Sim, deixemos em todos os lugares este recado simples e vago:

— Ele saiu para tomar um café e disse que volta já.

Quando a bem-amada vier com seus olhos tristes e perguntar:

— Ele está? alguém dará o nosso recado sem endereço.

Quando vier o amigo e quando vier o credor, e quando vier o parente, e quando vier a tristeza, e quando a morte vier, o recado será o mesmo:

— Ele disse que ia tomar um cafezinho...

Podemos, ainda, deixar o chapéu. Devemos até comprar um chapéu especialmente para deixá-lo. Assim dirão:

— Ele foi tomar um café. Com certeza volta logo. O chapéu dele está aí...

Ah! Fujamos assim, sem drama, sem tristeza, fujamos assim. A vida é complicada demais. Gastamos muito pensamento, muito sentimento, muita palavra. O melhor é não estar.

Quando vier a grande hora de nosso destino nós teremos saído há uns cinco minutos para tomar um café. Vamos, vamos tomar um cafezinho.

(Rubem Braga)

**1. Assinale a alternativa correta.**

- a.  O nome do delegado era Sr. Bonifácio e ele abusou da hora de seu cafezinho.
- b.  O autor parte de um fato concreto e nos transposta a questões existenciais a partir do seu ponto de vista.
- c.  O repórter que esperava pelo delegado perdeu a paciência e foi embora, dizendo: “Bem cavalheiro, eu me retiro”.
- d.  O autor arrefece o leitor com seu ponto de vista e usa para isso verbos no imperativo.
- e.  Na frase: “Quando vier o amigo e quando vier o credor, e quando vier o parente, e quando vier a tristeza, e quando a morte vier”, temos uma figura de linguagem chamada hipérbole.

**2. Analise as afirmativas abaixo:**

1. A frase “Se ele vir o delegado, dará a ele o recado deixado” tem duas orações com sujeito simples e apresenta incorreção no uso de um dos verbos.
2. Na frase “Tinha razão o rapaz de ficar zangado” o sujeito está posposto ao verbo da oração e, se anteposto estivesse, não alteraria o sentido da frase.
3. Na frase “Ele esperou longamente e chegou à conclusão correta”, temos um nexos oracional coordenativo aditivo.
4. Na frase “Naturalmente o Sr. Bonifácio morreu afogado no cafezinho”, o verbo morrer exigiu objeto indireto.
5. Na penúltima frase do texto, o autor refere-se à morte e sugere enganá-la.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 4.
- b.  São corretas apenas as afirmativas 4 e 5.
- c.  São corretas apenas as afirmativas 1, 2 e 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 2, 3 e 5.
- e.  São corretas apenas as afirmativas 3, 4 e 5.

**3. Assinale a alternativa correta.**

- a.  As orações: “Alguém dará o nosso recado sem endereço” e “lhes disseram” apresentam o mesmo sujeito que é indeterminado.
- b.  As palavras “cafezinho” e “tristeza” apresentam sufixos; um de valor diminutivo: “inho” e outro formador de substantivo a partir de adjetivo: “eza”, respectivamente.
- c.  Na oração: “A vida é triste e complicada”, os adjetivos usados configuram a figura de linguagem antítese.
- d.  Em: “Bem cavalheiro, eu me retiro”, o verbo marca um tempo presente, tem seu pronome em ênclise e, na oração, a palavra “cavalheiro” é, sintaticamente, um vocativo.
- e.  Os pronomes demonstrativos “este” e “esse” estão sendo usados no texto para estabelecer a coesão textual. O primeiro deles de forma anafórica e o segundo de forma catafórica.

**4. Identifique abaixo as afirmativas verdadeiras ( V ) e as falsas ( F ) sobre o emprego de tempos, modos e vozes do verbo.**

- ( ) No presente do indicativo o verbo “reaver” possui apenas formas arizotônicas, ou seja, aquelas em que sua sílaba tônica está fora do radical. São elas: “reavemos” e “reaveis”.
- ( ) Em “Na segunda feira já estavam entregues todas as provas”, o particípio irregular do verbo está corretamente empregado.
- ( ) Em “O rapaz, apesar de chateado pela ausência do delegado, procurava controlar-se” e pronome oblíquo marca a voz reflexiva do verbo.
- ( ) Em “Sempre que há vagas, confluem candidatos que provêm de todos os lugares do Estado” há o uso correto dos verbos.
- ( ) Está correta a frase “É preciso que nós nos divirtamos, enquanto ainda há “cafezinhos” para tomar; quando virmos a vida dessa maneira, seremos mais felizes.”

Assinale a alternativa que indica a sequência **correta**, de cima para baixo.

- a.  V • V • V • F • V
- b.  V • F • V • V • F
- c.  V • F • V • F • V
- d.  F • V • F • V • F
- e.  F • F • F • V • V

**5. Assinale a alternativa correta** quanto à flexão nominal de número e gênero dos adjetivos e substantivos.

- a.  Naquela feira havia balõesinhos, amores-perfeitos, saias-balão, pombos-correio, pés-de-moleques, beija-flores e cafezinhos.
- b.  Os pouco feridos foram encaminhados a diferentes clínicas médicos-cirúrgicas e todos, coincidentemente, possuíam cabelos castanhos-escuros e blusas azuis-marinho. Tomaram um cafezinho e foram medicados.
- c.  As crianças surdas-mudas são sapientíssimas e apreciam as boas coisas da vida como, por exemplo, a eclipse da lua, um verdadeiro “cafezinho”.
- d.  Apesar da ameaça, os vilões não explodiram o dinamite; assim, todos os guardiões puderam sair para seu cafezinho.
- e.  “Tenho um dó daqueles que passam a vida sem estourar um champanhe para brindar a beleza de um ‘cafezinho’”.

**6. Analise as frases abaixo quanto ao uso correto de pronomes.**

- ( ) É hora deles voltarem e a ti não te convém interferir.
- ( ) Deixaram o recado conosco mesmo: “O repórter queria falar consigo, delegado!”.
- ( ) Sabia que não lhes veria mais; isto era para mim, conscientemente, entender.
- ( ) Para mim, sair para o cafezinho ainda é um sacrifício.
- ( ) Vossa Senhoria julga que posso auxiliá-lo em sua agenda?

Assinale a alternativa que indica todas as frases **corretas**.

- a.  São corretas apenas as frases 1 e 2.
- b.  São corretas apenas as frases 2 e 4.
- c.  São corretas apenas as frases 3 e 5.
- d.  São corretas apenas as frases 4 e 5.
- e.  São corretas apenas as frases 2, 3 e 4.

## Atualidades

3 questões

7. Analise as afirmativas abaixo a respeito da situação econômica brasileira.

1. Considera-se que, em 2021, a economia brasileira entrou em recessão.
2. O produto interno bruto caiu 0,1% no período julho-setembro em 2021.
3. Seca e alta de taxas de juros e inflação estão entre os problemas que impactam na economia brasileira.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  É correta apenas a afirmativa 1.
- b.  É correta apenas a afirmativa 2.
- c.  É correta apenas a afirmativa 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 2.
- e.  São corretas as afirmativas 1, 2 e 3.

8. Analise as afirmativas abaixo sobre o Auxílio Emergencial 2021.

1. O objetivo é fornecer auxílio emergencial no período de enfrentamento à crise provocada pela pandemia de COVID-19.
2. A origem dos recursos é do governo estadual, por intermédio do seu Ministério da Cidadania.
3. O benefício se estende a todos que tenham emprego formal ativo.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  É correta apenas a afirmativa 1.
- b.  É correta apenas a afirmativa 2.
- c.  É correta apenas a afirmativa 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 2 e 3.
- e.  São corretas as afirmativas 1, 2 e 3.

9. Analise as afirmativas abaixo a respeito do Teatro brasileiro.

1. As primeiras manifestações ocorreram no século XIX, com peças de Nelson Rodrigues.
2. Foi utilizado por jesuítas para catequização dos índios.
3. Cacilda Becker é um destaque do Teatro brasileiro de Comédia.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  É correta apenas a afirmativa 1.
- b.  É correta apenas a afirmativa 2.
- c.  É correta apenas a afirmativa 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 2 e 3.
- e.  São corretas as afirmativas 1, 2 e 3.

## Legislação do Setor Elétrico

6 questões

10. Analise as afirmativas abaixo:

1. A distribuidora é responsável por instalar, operar, manter e arcar com a responsabilidade técnica e financeira dos medidores e demais equipamentos de medição para fins de faturamento em unidade consumidora.
2. Central geradora, importador e exportador de energia elétrica são responsáveis técnica e financeiramente por instalar, operar e manter o sistema de medição para faturamento, com o acompanhamento e a aprovação da distribuidora.
3. A distribuidora pode suspender o fornecimento de energia elétrica à unidade consumidora após o terceiro ciclo de faturamento consecutivo com impedimento de acesso para fins de leitura.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  É correta apenas a afirmativa 1.
- b.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 2.
- c.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 2 e 3.
- e.  São corretas as afirmativas 1, 2 e 3.

11. Qual o subgrupo é composto de unidades consumidoras com tensão de conexão menor que 2,3 kV, a partir de sistema subterrâneo de distribuição?

- a.  Subgrupo AS
- b.  Subgrupo A1
- c.  Subgrupo A2
- d.  Subgrupo A3
- e.  Subgrupo A4

12. Qual o nome da modalidade tarifária horária que é caracterizada por: uma tarifa para a demanda, sem segmentação horária; uma tarifa para o consumo de energia elétrica para o posto tarifário ponta; e uma tarifa para o consumo de energia elétrica para o posto tarifário fora de ponta?

- a.  Tarifa azul
- b.  Tarifa verde
- c.  Tarifa convencional
- d.  Tarifa econômica
- e.  Tarifa branca

13. Quais as modalidades tarifárias em que o grupo B de consumidores pode se enquadrar?

- a.  Tarifa convencional e tarifa branca
- b.  Tarifa convencional e tarifa azul
- c.  Tarifa convencional e tarifa verde
- d.  Somente tarifa convencional
- e.  Tarifa azul ou tarifa verde

14. Analise as afirmativas abaixo:

1. O fator de potência de referência "fR", indutivo ou capacitivo, tem como limite mínimo permitido o valor de 0,92 para as unidades consumidoras do grupo A.
2. A distribuidora pode cobrar a unidade consumidora do grupo B pelo consumo de energia elétrica reativa.
3. As bandeiras tarifárias não se aplicam às unidades consumidoras conectadas em Sistemas Isolados.

Assinale a alternativa que indica todas as afirmativas corretas.

- a.  É correta apenas a afirmativa 1.
- b.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 2.
- c.  São corretas apenas as afirmativas 1 e 3.
- d.  São corretas apenas as afirmativas 2 e 3.
- e.  São corretas as afirmativas 1, 2 e 3.

15. Analise o texto abaixo sobre a apuração da medição de fator de potência.

No período de ..... horas consecutivas, definido pela distribuidora, que pode ser entre as 23 horas e 30 minutos e 6 horas e 30 minutos: apenas os fatores de potência ..... que 0,92 ....., verificados em cada intervalo de uma hora "T".

Assinale a alternativa que completa **corretamente** as lacunas do texto.

- a.  6 • maiores • capacitivo
- b.  6 • menores • capacitivo
- c.  6 • menores • indutivo
- d.  3 • maiores • indutivo
- e.  3 • menores • indutivo

## Matemática/Raciocínio Lógico

5 questões

16. Uma lanchonete coloca 20 calzones em uma vitrine em promoção, sendo que destes 5 são de frango e os outros não são de frango.

Ao escolher 4 calzones ao acaso da referida vitrine, a probabilidade de nenhum dos calzones escolhidos ser de frango é:

- a.  Maior que 33%.
- b.  Maior que 30% e menor que 33%.
- c.  Maior que 27% e menor que 30%.
- d.  Maior que 24% e menor que 27%.
- e.  Menor que 24%.

17. Em um armazém, encontram-se estocados 1800 conectores vermelhos e 3150 conectores pretos. Deseja-se empacotar todos os conectores, de modo que cada pacote contenha somente conectores de uma mesma cor e todos os pacotes tenham o mesmo número de conectores.

Portanto, o número mínimo de pacotes necessários para satisfazer as restrições expostas é:

- a.  Maior que 13.
- b.  13.
- c.  12
- d.  11.
- e.  Menor que 11.

18. Em um alojamento, 12 atletas consomem 8 kg de massa a cada 5 dias.

Logo, a quantidade de massa consumida por 8 atletas a cada 15 dias é:

- a.  Maior que 19 kg.
- b.  Maior que 17 kg e menor que 19 kg.
- c.  Maior que 15 kg e menor que 17 kg.
- d.  Maior que 13 kg e menor que 15 kg.
- e.  Menor que 13 kg.

19. Um clube oferece uma piscina aos seus associados. A razão entre o número de associados que usa a piscina e o número de associados que não usa a piscina é 3:5.

Se o número de associados que não usa a piscina excede o número de associados que usa a piscina em 198, então o número total de associados do clube é:

- a.  Maior que 830.
- b.  Maior que 820 e menor que 830.
- c.  Maior que 810 e menor que 820.
- d.  Maior que 800 e menor que 810.
- e.  Menor que 800.

20. Ao dividir uma certa quantia (em Reais) proporcionalmente aos dois números primos que aparecem na fatoração do número 1225, a quantia associada ao maior dos referidos números primos é igual a R\$ 357.

Logo, a quantia total que foi dividida é:

- a.  Maior que R\$ 650.
- b.  Maior que R\$ 630 e menor que R\$ 650.
- c.  Maior que R\$ 610 e menor que R\$ 630.
- d.  Maior que R\$ 590 e menor que R\$ 610.
- e.  Menor que R\$ 590.

## Conhecimentos Específicos

40 questões

21. O gestor de uma empresa acredita que, diante de uma crise, a melhor estratégia é não atender aos veículos de comunicação. Na interpretação dele, isso diminuiria o interesse dos veículos e, por consequência, a pauta relacionada à crise seria extinta.

Assinale a alternativa que apresenta a decisão **correta** para este contexto.

- a.  A melhor estratégia é atender aos veículos de comunicação, mesmo que, em um primeiro momento, seja enviada apenas uma nota oficial com o posicionamento do gestor.
- b.  A análise do gestor da empresa está correta e todas as solicitações de entrevista vindas dos veículos de comunicação não devem ser agendadas e nem enviada uma nota oficial.
- c.  Informar que será realizada uma coletiva de imprensa que ainda não tem data marcada. Na verdade, a coletiva nunca acontecerá. Desta forma, a pauta será esquecida pelos veículos de comunicação.
- d.  A análise do gestor está correta e a assessoria deve enviar outra sugestão de pauta sobre a empresa para os veículos de comunicação. Desta maneira, a pauta sobre a crise será esquecida.
- e.  Marcar uma coletiva de imprensa para a semana seguinte ao surgimento da crise e desmarcá-la em cima da hora. A estratégia diminuirá o interesse pela crise porque outras pautas surgiram nesse período.

22. No marketing de serviços, a palpabilidade tem relação com:

- a.  o cancelamento de propaganda enganosa após denúncia de consumidores.
- b.  o ambiente e a maneira como ocorre a interação da empresa com o cliente.
- c.  produtos perto da data de vencimento ou com problemas para consumo.
- d.  custos relacionados à criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias.
- e.  metas de produtividade que devem ser cumpridas pelos funcionários de uma empresa.

23. Uma das atividades dos assessores de imprensa é o envio de releases aos veículos de comunicação.

Dentro deste contexto, é **correto** afirmar que:

- a.  os releases devem ser restritos às efemérides, independente do veículo de comunicação.
- b.  independente do veículo de comunicação, os releases devem abordar assuntos atemporais, exclusivamente.
- c.  os releases devem ser relacionados, exclusivamente, a assuntos que têm dia específico para acontecer, independente do veículo de comunicação.
- d.  devido às características do meio, as emissoras de rádio devem receber releases de assuntos que já aconteceram, exclusivamente.
- e.  os releases podem ser relacionados a assuntos que têm um dia/período específico para acontecer ou não, independente do veículo de comunicação.

24. Um jornalista é responsável por selecionar quais assuntos merecem ser pautados para realização de reportagens em um veículo de comunicação.

Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao trabalho que ele executa.

- a.  Blocking
- b.  Knowledge
- c.  Decupagem
- d.  Gatekeeping
- e.  Renderização

25. Em relação às ações de endomarketing, é **correto** afirmar que:

- a.  visam, exclusivamente, à conquista de novos clientes por meio de ações nas redes sociais.
- b.  identificam quais clientes externos são detratores do serviço ou produto.
- c.  buscam fidelizar clientes externos com oferta de vantagens para compra de produtos.
- d.  acontecem, exclusivamente, em datas especiais do calendário, como o Dia do Trabalhador.
- e.  as pesquisas de clima organizacional fornecem subsídios para definir algumas das estratégias que podem ser criadas.

26. O termo *churn* no marketing de serviços é relacionado com:

- a.  clientes especiais.
- b.  perda de clientes.
- c.  publicação interna.
- d.  criação de um serviço.
- e.  campanha publicitária.

27. A definição dos elementos gráficos de uma publicação que deve ser seguida a cada edição é relacionada com o:

- a.  Projeto gráfico.
- b.  Projeto editorial.
- c.  Projeto onboarding.
- d.  Projeto pentagrama.
- e.  Projeto matriz FOFA.

28. Na elaboração de uma campanha publicitária, a Matriz de Porter tem relação com:

- a.  elementos visuais.
- b.  o planejamento de mídia.
- c.  a competitividade no mercado.
- d.  o modelo de roteiro não linear.
- e.  a definição de palavras-chave.

29. Em relação ao Jornalismo Digital, as narrativas em realidade virtual:

- a.  ainda não são usadas.
- b.  também estão presentes.
- c.  são impossíveis de acontecer.
- d.  são utilizadas apenas para notícias.
- e.  não exploram as características da hipermídia.

30. Em relação aos links disponibilizados em textos publicados em um site jornalístico, é **correto** afirmar:

- a.  estão presentes apenas nas reportagens especiais.
- b.  são inseridos no corpo do texto principal, exclusivamente.
- c.  podem ser de áudio e vídeo, entre outras opções.
- d.  devem ser apresentados ao final do texto principal, obrigatoriamente.
- e.  são disponibilizados nas notícias, exclusivamente.

31. Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao conceito de Agenda Setting.

- a.  Constrangimentos organizacionais que podem ser enfrentados por repórteres e editores.
- b.  Lista que reúne contatos mantidos pelas assessorias de imprensa e comunicação.
- c.  Etapas que devem ser cumpridas pelo repórter antes de entrevistar uma fonte.
- d.  Influência dos meios de comunicação na pauta dos temas discutidos pela sociedade.
- e.  Tipo de entrevista em que o repórter traça o perfil psicológico da fonte.

32. Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao conceito do viés de confirmação na comunicação.

- a.  Criação de perfil de pessoas jurídicas e físicas nas redes sociais.
- b.  Confirmação de entrevistas que foram solicitadas às assessorias de comunicação.
- c.  Público tende a acreditar em conteúdos que confirmam as próprias crenças pessoais.
- d.  Assinatura de contrato para veiculação de campanha publicitária em emissoras de TV.
- e.  Cancelamento de perfil nas redes sociais após denúncias de seguidores.

33. Em relação às campanhas publicitárias, a pesquisa realizada junto ao público-alvo, antes do lançamento, para averiguar a aceitação do que será apresentado, é conhecida como:

- a.  Teste de Ping.
- b.  Teste de Back.
- c.  Teste de Turing.
- d.  Teste de Contato.
- e.  Teste de Conceito.

34. Em relação aos textos de suítes jornalísticas, é **correto** afirmar:

- a.  sempre têm relação com um fato veiculado anteriormente.
- b.  acompanham uma foto-legenda, obrigatoriamente.
- c.  nunca são publicados em sites jornalísticos, independente do tema.
- d.  são publicadas nos jornais impressos, exclusivamente.
- e.  são textos publicados por colunistas, exclusivamente.

35. As campanhas publicitárias de sustentação possuem o objetivo de:

- a.  lançar novo serviço ou produto para um público específico.
- b.  divulgar balancetes financeiros das empresas públicas.
- c.  lançar iniciativa de proteção ambiental, exclusivamente.
- d.  reforçar ou relembrar para o consumidor algo já lançado.
- e.  simular o comportamento do público antes do lançamento da campanha.

36. Uma campanha publicitária para TV usou como estratégia o *plot twist*.

Assinale a alternativa que descreve **corretamente** essa estratégia.

- a.  Ação que marca uma reviravolta na narrativa.
- b.  Uso obrigatório do travelling em todas as produções.
- c.  Narrativa previsível e conhecida por meio de narrativa linear.
- d.  Roteiro não linear que aborda exclusivamente contos infantis.
- e.  Uso obrigatório de locução e presença feminina.

37. Assinale a alternativa que indica **corretamente** uma interatividade comunicativa no Jornalismo Digital.

- a.  Clicar em um link
- b.  Rerer um post
- c.  Deletar um post
- d.  Deletar comentários
- e.  Publicar comentários

38. Em relação aos newsgames, é **correto** afirmar:

- a.  nunca abordam fatos históricos.
- b.  promovem a imersão na narrativa.
- c.  ainda não existem em sites jornalísticos.
- d.  estão disponíveis apenas nas redes sociais.
- e.  abordam exclusivamente narrativas ficcionais.

39. Assinale a alternativa **corretamente** relacionada ao design em uma produção audiovisual:

- a.  cenário
- b.  ritmo da locução
- c.  controle do tempo
- d.  leitura do roteiro
- e.  ensaio

**40.** Assinale a alternativa que indica **corretamente** o termo que representa um pequeno texto colocado entre as colunas de uma reportagem e que destaca alguma informação importante contida nela.

- a.  Olho
- b.  Crédito
- c.  Capitulação
- d.  Legenda
- e.  Cabeça

**41.** O editor de um site jornalístico tem como responsabilidade a elaboração de títulos e entretítulos de reportagens.

Em relação aos entretítulos, é **correto** afirmar:

- a.  devem compor o lead, obrigatoriamente.
- b.  devem conter citações diretas e indiretas, exclusivamente.
- c.  também podem estar presentes em reportagens na mídia impressa.
- d.  são exclusivos das reportagens veiculadas em sites jornalísticos.
- e.  são obrigatórios nas notícias veiculadas em fluxo contínuo.

**42.** Em relação aos títulos das notícias em um site jornalístico, é **correto** afirmar que:

- a.  não utilizam verbos de ação, obrigatoriamente.
- b.  não apresentam nomes próprios, mesmo que sejam de personalidades.
- c.  são colocados após o sublead em textos com mais de dois parágrafos.
- d.  apresentam o gancho jornalístico que será abordado no texto.
- e.  nunca serão escritos com verbos no presente do indicativo.

**43.** Nas campanhas publicitárias, os processos de *brainstorming* acontecem:

- a.  quando são premiadas.
- b.  durante a veiculação delas.
- c.  antes do lançamento delas.
- d.  depois do lançamento delas.
- e.  quando o público esquece os slogans.

**44.** Uma agência de publicidade quer saber a taxa de retenção relacionada a um anúncio audiovisual que divulga um novo produto.

Dentro deste contexto, a taxa de retenção é relacionada ao:

- a.  número de compras efetuadas após a primeira veiculação do anúncio.
- b.  tempo que o anúncio conseguiu prender a atenção do público.
- c.  número de pessoas que indicaram o produto por meio das redes sociais.
- d.  número de reclamações relacionadas ao produto postadas nas redes sociais.
- e.  faixa de horário e mídia escolhida para divulgação.

**45.** Em relação à comunicação organizacional, é **correto** afirmar que é uma atividade:

- a.  avessa ao endomarketing.
- b.  exclusiva de organizações públicas.
- c.  exclusiva de organizações privadas.
- d.  que envolve ações de caráter multidisciplinar.
- e.  que não influencia no engajamento dos funcionários.

**46.** Em relação ao fluxo contínuo de notícias em um site jornalístico, é **correto** afirmar que:

- a.  é destinado exclusivamente a textos atemporais, conhecidos como "gavetas".
- b.  tem relação com a publicação de direitos de resposta, exclusivamente.
- c.  novas informações sobre um fato podem ser veiculadas a qualquer momento.
- d.  não tem condições de explorar as características multimídia do meio.
- e.  veicula junto aos textos links para fotografias, exclusivamente.

**47.** Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao tipo de publicidade na qual acontece o estudo do comportamento do público para identificar futuros padrões de compra.

- a.  Guerilha
- b.  Encoberta
- c.  Substituição
- d.  Cooperativa
- e.  Preditiva

48. Na área da comunicação, o conceito de infoteni-  
mento pode ser relacionado com:

- a.  metas que precisam ser atingidas por um veí-  
culo de comunicação.
- b.  conteúdos que visam informar e entreter ao  
mesmo tempo.
- c.  conteúdos que abordam eventos culturais,  
exclusivamente.
- d.  informação reescrita pelo editor por conter erro  
de informação.
- e.  informações colocadas abaixo do título para  
complementar o gancho.

49. O gestor de uma empresa participou, pela  
primeira vez, de uma coletiva de imprensa e ficou  
surpreso ao constatar que algumas entrevistas que  
concedeu às emissoras de TV e rádio foram cortadas, e  
não ultrapassaram 20 segundos durante a veiculação  
nas emissoras.

Nesse contexto, o assessor de imprensa deve:

- a.  evitar que o gestor conceda entrevistas para  
emissoras de rádio e TV para que não fique  
desapontado quando forem editadas.
- b.  após a gravação da entrevista, conversar com  
os repórteres e exigir que elas sejam veiculadas  
na íntegra.
- c.  priorizar o atendimento às emissoras que veicu-  
lam na íntegra as entrevistas do gestor e enviar  
uma nota oficial para as demais.
- d.  explicar ao gestor que, nesses casos, ele precisa  
ser mais pontual nas respostas para aumentar  
as chances de elas serem veiculadas na íntegra.
- e.  entrar em contato com as emissoras e exigir  
que as respostas sejam veiculadas na íntegra  
em uma próxima edição.

50. Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao  
plano de mídia de uma campanha publicitária.

- a.  Ações que envolvem exclusivamente a edição  
de imagens de uma campanha.
- b.  Enquadramentos de imagens propostos no  
roteiro de um comercial para TV.
- c.  Busca de recursos para financiar a veiculação  
da campanha publicitária.
- d.  Criação de campanhas com uso exclusivo de  
bancos de imagens gratuitos.
- e.  Definição dos dias, horários e veículos em que a  
campanha será veiculada.

51. Uma campanha publicitária é baseada em anún-  
cios, veiculados na mídia impressa, compostos apenas  
por letras, sem a inserção de nenhuma imagem ou  
ilustração.

Assinale a alternativa que apresenta o termo que iden-  
tifica esse tipo de anúncio.

- a.  Spot
- b.  All-Type
- c.  TrueView
- d.  Pastiche
- e.  Backlink

52. Em relação à comunicação interna de uma orga-  
nização, é **correto** afirmar:

- a.  os veículos de comunicação internos devem  
abordar, obrigatoriamente, apenas temas que  
serão enviados pela assessoria de imprensa  
da organização, como sugestão de pauta, aos  
jornais, sites e emissoras de rádio e TV.
- b.  a divulgação de informações, independente  
do conteúdo, deve ser feita, exclusivamente,  
por jornais-murais, boletins e jornais impressos,  
com veiculação mensal.
- c.  é feita, exclusivamente, por meio de ofícios e  
memorandos, independente do conteúdo e  
principalmente nos momentos de gerencia-  
mento de crises internas.
- d.  os veículos de comunicação internos podem  
abordar temas que não serão enviados pela  
assessoria de imprensa da organização, como  
sugestão de pauta, aos jornais, sites e emissoras  
de rádio e TV.
- e.  é feita, exclusivamente, por meio de circulares  
e atas, independente do conteúdo e principal-  
mente nos momentos de gerenciamento de  
crises internas.

53. A recirculação de uma notícia publicada em um  
site jornalístico tem relação com:

- a.  o compartilhamento do link da notícia pelo  
público, com ou sem comentários.
- b.  a repetição de pauta vinculada a datas festivas,  
como o Natal e o Dia das Crianças.
- c.  a obrigatoriedade de cumprir pautas enviadas  
por assessorias de imprensa.
- d.  a cobertura jornalística que conta com a partici-  
pação de várias repórteres.
- e.  a releitura do texto realizada pelo público  
quando há problema de compreensão.

54. No contexto das redes sociais, o termo reverberação é relacionado com:

- a.  comportamento passivo de usuários das redes sociais que não fazem nenhuma interação.
- b.  agendamento do dia e horário de uma postagem no Instagram ou Facebook.
- c.  demora em responder pedido de solicitação para seguir alguém no Instagram.
- d.  comentários, depoimentos e discussões feitas pelos usuários a partir de uma postagem.
- e.  conteúdos copiados das sugestões de pauta ou releases enviados pelas assessorias.

55. A primeira fase do Jornalismo Digital foi marcada:

- a.  pela veiculação de notícias em fluxo contínuo.
- b.  pelo excesso na disponibilização de links de áudio e vídeo.
- c.  pela transposição do material publicado nos jornais impressos.
- d.  pela alteração das páginas principais dos sites várias vezes ao dia.
- e.  pelo excesso na disponibilização de podcasts para repercutir.

56. Um jovem marceneiro, ao sair de casa para o trabalho, às 6 h, depois de ler alguns posts nas redes sociais, viu o início de um incêndio em uma grande loja de departamentos. Ligou para o Corpo de Bombeiros e, enquanto esperava a chegada do socorro, publicou fotos e vídeos do incêndio nas redes sociais. Ele também comentou nas publicações onde o fato acontecia e a suspeita de que um curto-circuito teria provocado o incêndio.

Essa situação exemplifica que:

- a.  de modo geral, as características das redes sociais inviabilizam a veiculação de acontecimentos factuais.
- b.  os jornalistas, independente do veículo, são os únicos disseminadores de informação nas redes sociais.
- c.  as redes sociais impedem a veiculação de informações produzidas por jornalistas.
- d.  os produtores de informação nas redes sociais possuem, obrigatoriamente, vínculo empregatício com veículos de comunicação.
- e.  os consumidores de informação nas redes sociais também podem ser produtores de informação nesse ambiente.

57. Em relação à atuação do Conselho de Ética do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, é **correto** afirmar:

- a.  trata exclusivamente de peças publicitárias veiculadas em redes sociais.
- b.  não realiza censura prévia de peças publicitárias porque trata apenas das que estão sendo ou foram veiculadas.
- c.  não leva em consideração reclamações de pessoas que se sentem lesadas ou ofendidas por alguma campanha publicitária.
- d.  não trata de peças publicitárias publicadas nas redes sociais, apenas das veiculadas em emissoras de TV.
- e.  todas as peças publicitárias precisam, obrigatoriamente, de aprovação prévia do órgão antes de serem veiculadas pela primeira vez.

58. A história do jornalismo impresso tem relação com a técnica da pirâmide invertida, estrutura textual na qual o primeiro parágrafo, chamado de lead, traz informações relacionadas a seis indagações: o que, como, quando, onde, quem e por quê?

Dentro desse contexto, é **correto** afirmar que:

- a.  ao redigir o lead o repórter deve, obrigatoriamente, começar com as informações relacionadas ao dia em que o fato aconteceu.
- b.  ao redigir o lead, o repórter deve, obrigatoriamente, excluir quem é o autor da ação, caso não seja uma figura pública.
- c.  ao redigir o lead, o repórter pode escolher a ordem das informações relacionadas às respostas das seis indagações.
- d.  ao redigir o lead, o repórter deve, obrigatoriamente, começar com as informações relacionadas ao local em que aconteceu o fato.
- e.  ao redigir o lead, o repórter pode escolher a ordem das informações, mas, obrigatoriamente, deve terminá-lo com uma citação direta.

59. Assinale a alternativa que pode ser relacionada ao termo que denomina uma campanha publicitária veiculada em mídias diferentes.

- a.  Campanha 360°
- b.  Campanha 180°
- c.  Campanha on
- d.  Campanha off
- e.  Campanha fee

60. Em uma campanha publicitária, o termo *teaser* tem relação com:

- a.  o uso de trilha sonora inédita na edição de um vídeo publicitário.
- b.  o critério para escolha do personagem principal que desenvolverá a ação proposta no roteiro.
- c.  o personagem secundário no vídeo de uma campanha publicitária.
- d.  as legendas colocadas em comerciais para TV ou cinema com diálogos em língua estrangeira.
- e.  a divulgação que estimula a curiosidade ou gera expectativa em relação a algo que ainda será lançado.

Coluna  
em Branco.  
(rascunho)

**Página  
em Branco.  
(rascunho)**

Utilize a grade ao lado para anotar as suas respostas.

**Não destaque esta folha.** Ao entregar sua prova, o fiscal irá destacar e entregar esta grade de respostas que você poderá levar para posterior conferência.



## GRADE DE RESPOSTAS

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	



FUNDAÇÃO DE ESTUDOS E PESQUISAS SOCIOECONÔMICOS

Campus Universitário • UFSC  
88040-900 • Florianópolis • SC  
Fone/Fax: (48) 3953-1000  
<http://www.fepese.org.br>