

Técnico de Nível Superior II - Suporte Administrativo Especialidade em Comunicação Social

Tipo 1 – BRANCA



SUA PROVA

Além deste caderno de prova, contendo setenta questões objetivas, você receberá do fiscal de sala:

- uma folha destinada às respostas das questões objetivas.



TEMPO

- **4 horas** é o tempo disponível para a realização da prova, já incluído o tempo para a marcação da folha de respostas da prova objetiva;
- **1 hora** após o início da prova é possível retirar-se da sala, sem levar o caderno de provas;
- **1 hora** antes do término do período de prova é possível retirar-se da sala levando o caderno de provas.



NÃO SERÁ PERMITIDO

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova;
- Levantar da cadeira sem autorização do fiscal de sala;
- Usar o sanitário ao término da prova, após deixar a sala.



INFORMAÇÕES GERAIS

- As questões objetivas têm cinco alternativas de resposta (A, B, C, D, E) e somente uma delas está correta;
- Verifique se seu caderno está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, notifique imediatamente o fiscal da sala, para que sejam tomadas as devidas providências;
- Confira seus dados pessoais, especialmente nome, número de inscrição e documento de identidade e leia atentamente as instruções para preencher a folha de respostas;
- Use somente caneta esferográfica, em material transparente, com tinta preta ou azul;
- Assine seu nome apenas nos espaços reservados;
- Confira seu cargo, cor e tipo do caderno de provas. Caso tenha recebido caderno de cargo ou cor ou tipo DIFERENTE do impresso em sua folha de respostas, o fiscal deve ser OBRIGATORIAMENTE informado para o devido registro na ata da sala;
- O preenchimento das respostas da prova objetiva é de sua responsabilidade e não será permitida a troca de folha de respostas em caso de erro;
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento de suas respostas. Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas na folha de respostas da prova objetiva, não sendo permitido anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de provas;
- A FGV coletará as impressões digitais dos candidatos na folha de respostas;
- Durante a realização das provas, os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais quando do ingresso e da saída de sanitários.

Língua Portuguesa

TEXTO 1

BELEZA COMO MANDAMENTO

Posso falar de arte e artistas outra vez? Tenho afeição pelo tema. Espero que, em algum lugar aí no Brasil, haja leitores e leitoras, mesmo poucos, que se interessem pela figura singular e tão fundamental do artista. Ou quem sabe se dou sorte e há um ou outro artista aí fora, extraviado nesta coluna?

[...] Sempre me pareceu que o artista verdadeiro sacrifica qualquer “conteúdo”, qualquer “coerência”, por uma bela frase, por um belo gesto, por um belo efeito plástico ou cênico. Como dizia Oscar Wilde, “coerência é a virtude dos que não têm imaginação”. Dos não artistas, portanto.

O que distingue o artista é a busca incondicional pela beleza, em detrimento da verdade, do equilíbrio, do bom senso, da ética, da saúde e até da própria vida. Além disso, leitor, o artista é frequentemente um pobre ser ameaçado, com instalação precária no mundo. E, se faz concessões, corre o risco de se desvirtuar, de perder o rumo.

Assim, o artista precisa sacrificar, ou deixar em segundo plano, a verdade e a moral. A objetividade e os bons princípios são temas para outros tipos humanos, para o cientista e para o sacerdote, respectivamente. [...] Quando um artista migra para outros terrenos (ciência, moral, filosofia, pensamento social, crítica literária), o que acaba dominando, em última análise, é a expressão da beleza. Para o verdadeiro artista, a beleza é o único mandamento. Para o bem e para o mal, ela interfere o tempo todo. E a obra artística resvala para a mentira, para o engano, para a fabulação. Tangencia a imoralidade, o crime, a perversão.

(Paulo Nogueira Batista Jr., *O Globo*, 04/08/2017 – adaptado)

1

“Posso falar de arte e artistas outra vez? Espero que, em algum lugar aí no Brasil, haja leitores e leitoras, mesmo poucos, que se interessem pela figura singular e tão fundamental do artista”.

Desse segmento do texto 1, pode-se inferir várias afirmações. Assinale a opção que apresenta uma inferência **inadequada**.

- (A) O colunista já explorou o tema sobre arte e artistas em outras ocasiões.
- (B) O colunista escreve fora do Brasil.
- (C) O termo “mesmo poucos” indica um elogio a uma pequena parte de seus leitores.
- (D) O termo “leitores e leitoras” indica respeito pela divisão de gêneros.
- (E) Os adjetivos “singular” e “fundamental” mostram o apreço do colunista por artistas.

2

Sobre a pergunta inicial do texto “Posso falar de arte e artistas outra vez?”, assinale a afirmativa correta.

- (A) Indica interesse do colunista em exaltar determinado tipo de leitor.
- (B) Pretende popularizar a discussão do tema por meio de linguagem coloquial.
- (C) Mostra polidez social por solicitar hipocritamente uma permissão.
- (D) Denuncia o atraso cultural do país por pedir permissão para tratar de tema culto.
- (E) Procura interagir com seus possíveis leitores, como em outros momentos.

3

Assinale o segmento do texto que mostra um emprego de linguagem informal.

- (A) “Posso falar de arte e artistas outra vez?”.
- (B) “Ou quem sabe dou sorte e há um ou outro artista aí fora”.
- (C) “O que distingue o artista é a busca incondicional da beleza”.
- (D) “Para o bem e para o mal, ela interfere o tempo todo”.
- (E) “A objetividade e os bons princípios são temas para outros tipos humanos”.

4

Para defender suas ideias, o colunista apela para um conjunto de argumentos, destacando-se, particularmente,

- (A) as citações de autores mundialmente famosos.
- (B) as opiniões pessoais do colunista.
- (C) a autoridade do jornal em que escreve.
- (D) a intertextualidade com outros textos de valor.
- (E) a multiplicidade de vozes que apoiam a visão do colunista.

5

“Sempre me pareceu que o artista verdadeiro sacrifica qualquer conteúdo, qualquer coerência, por uma bela frase, por um belo gesto, por um belo efeito plástico ou cênico”.

Isso equivale a dizer que

- (A) a valiosa obra de arte não pode mostrar qualquer coerência.
- (B) os artistas verdadeiros devem procurar escrever sobre “nada”.
- (C) a beleza formal deve prevalecer sobre outros aspectos da arte.
- (D) os efeitos plásticos ou cênicos são consequência da falta de coerência.
- (E) os artistas devem sacrificar seus princípios em função da obtenção de beleza.

6

“Tangencia a imoralidade, o crime, a perversão”. Nesse segmento não se pode confundir “imoralidade” com “amoralidade”, seu parônimo.

Assinale a frase a seguir em que houve troca indevida entre parônimos.

- (A) “O Ministério dilatou os prazos anteriormente fixados”.
- (B) “A quantia vultosa impressionou os juízes do caso”.
- (C) “O Governo pretende taxar as bebidas importadas”.
- (D) “O Hospital pretendia oferecer um ambiente totalmente acético”.
- (E) “Os policiais o prenderam com discrição”.

7

O colunista declara que a coerência não é imprescindível em uma obra de arte.

Assinale a opção que apresenta a frase em que a coerência foi respeitada.

- (A) “Saiu nu pela rua, apenas com a roupa de baixo”.
- (B) “As Forças Armadas fizeram intensa campanha contra a repressão ao roubo de cargas”.
- (C) “Na próxima oportunidade, não deixe de incluir-me fora da lista de convidados”.
- (D) “Não gosto de restaurantes caros; gosto de restaurantes bons”.
- (E) “O crítico de futebol está sempre com a razão, porque só começa a falar quando o jogo termina”.

8

“E a obra artística resvala para a mentira, o engano, para a fabulação. Tangencia a imoralidade, o crime, a perversão”. Nessas frases, o colunista

- (A) contraria, surpreendentemente, suas afirmações anteriores.
- (B) indica as más consequências para os artistas que respeitam a coerência.
- (C) condena temáticas não belas nas obras de arte.
- (D) denuncia a presença, entre nós, de maus artistas.
- (E) mostra o triunfo da beleza sobre questões morais.

9

“Posso falar de arte e artistas outra vez? Espero que, em algum lugar aí no Brasil, haja leitores e leitoras, mesmo poucos, que se interessem pela figura tão singular e tão fundamental do artista”.

Nesses períodos prevalece a função de linguagem denominada

- (A) metalinguística.
- (B) conativa ou apelativa.
- (C) emotiva ou expressiva.
- (D) poética.
- (E) referencial.

10

O título dado ao texto é “Beleza como mandamento”. Tendo em vista o que é expresso no texto, podemos dizer que tal título

- (A) mostra uma firme convicção do colunista.
- (B) indica um tema polêmico, que é esclarecido no texto.
- (C) destaca um aspecto inédito das obras literárias modernas.
- (D) insinua uma dúvida do colunista sobre o papel da arte e dos artistas.
- (E) apoia uma opinião que é combatida no corpo do texto.

11

A citação de Oscar Wilde no segundo parágrafo do texto tem a função textual de

- (A) indicar um ponto de vista oposto ao do colunista.
- (B) esclarecer uma opinião expressa anteriormente.
- (C) dar mais valor ao texto pela presença de autores cultos.
- (D) conferir mais credibilidade ao parecer do colunista.
- (E) valorizar a figura respeitada de Oscar Wilde.

12

Sobre as aspas empregadas nos vocábulos “conteúdo” e “coerência”, assinale a afirmativa correta.

- (A) Não se justificam em termos de padrão culto da língua.
- (B) Destacam termos que são argumentativamente importantes.
- (C) Sublinham termos que são normalmente usados em linguagem não artística.
- (D) Ironizam empregos equivocados na literatura.
- (E) Reproduzem termos já empregados pelo mesmo colunista em outras ocasiões.

13

Dentre as opções a seguir, a palavra que mostra um processo de formação distinto do das demais palavras é:

- (A) objetividade.
- (B) segundo.
- (C) cientista.
- (D) respectivamente.
- (E) fabulação.

14

No primeiro parágrafo, o texto 1 fala de “um ou outro artista aí fora, extraviado nesta coluna?”.

Nesse caso, os artistas estariam “extraviados” porque

- (A) o colunista não deve tratar de temas relacionados à arte.
- (B) a coluna aborda temas de forma diferente.
- (C) o acaso pode levar alguns artistas a gostarem da coluna.
- (D) os leitores de jornais diários não gostam de arte.
- (E) elaborariam obras de arte distantes do interesse do público.

15

O texto lido utiliza um conjunto de palavras terminadas pelo mesmo sufixo – **ção**.

Assinale a alternativa que apresenta as palavras que têm rigorosamente a mesma formação.

- (A) Imaginação / afeição.
- (B) Fabulação / perfeição.
- (C) Perfeição / instalação.
- (D) Instalação / imaginação.
- (E) Afeição / fabulação.

Raciocínio Lógico

16

Em um concurso, há 150 candidatos em apenas duas categorias: nível superior e nível médio.

Sabe-se que:

- dentre os candidatos, 82 são homens;
- o número de candidatos homens de nível superior é igual ao de mulheres de nível médio;
- dentre os candidatos de nível superior, 31 são mulheres.

O número de candidatos homens de nível médio é

- (A) 42.
- (B) 45.
- (C) 48.
- (D) 50.
- (E) 52.

17

Em um grupo de 10 pessoas, o peso médio é de 86 kg. Duas pessoas, uma pesando 90 kg e outra pesando 70 kg, saíram do grupo.

O peso médio das pessoas restantes é de

- (A) 81,5 kg.
- (B) 83,0 kg.
- (C) 87,5 kg.
- (D) 85,5 kg.
- (E) 89,0 kg.

18

A cidade de Salvador foi fundada em 29 de março de 1549, uma sexta-feira. Nesse ano, o dia 1º de janeiro foi

- (A) uma segunda-feira.
- (B) uma terça-feira.
- (C) uma quarta-feira.
- (D) uma quinta-feira.
- (E) um sábado.

19

Considere a afirmação:

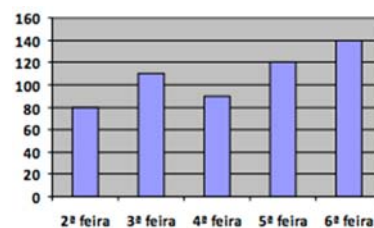
“Todos os baianos gostam de axé e de acarajé”.

A negação lógica dessa frase é:

- (A) “Nenhum baiano gosta de axé nem de acarajé”.
- (B) “Nenhum baiano gosta de axé ou de acarajé”.
- (C) “Alguns baianos gostam de axé, mas não de acarajé”.
- (D) “Quem não gosta de axé nem de acarajé não é baiano”.
- (E) “Pelo menos um baiano não gosta de axé ou não gosta de acarajé”.

20

Uma companhia de táxis registrou o número de atendimentos em cada dia de certa semana. Esses dados podem ser vistos no gráfico a seguir.



Os atendimentos dos três primeiros dias da semana representam, do total de atendimentos da semana, o percentual aproximado de

- (A) 44%.
- (B) 48%.
- (C) 52%.
- (D) 55%.
- (E) 58%.

21

Beatriz pediu a Lucas para escolher um número inteiro sem dizer qual é. Em seguida, ela pediu que ele fizesse, sucessivamente, algumas operações aritméticas começando com o número escolhido:

- some 6;
- multiplique o resultado por 2;
- subtraia 14 do que você encontrou;
- multiplique esse número por 3; e, finalmente,
- some 8.

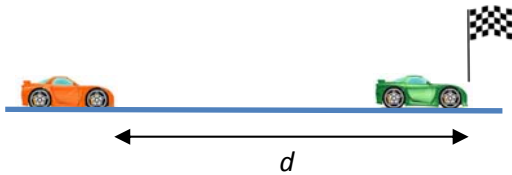
O resultado final encontrado por Lucas foi 140.

O número em que ele pensou inicialmente

- (A) está entre 10 e 20.
- (B) é múltiplo de 3.
- (C) é múltiplo de 7.
- (D) é primo
- (E) tem o algarismo das unidades igual a 5.

22

Na reta final de uma corrida de carros, os dois primeiros colocados estavam a 210 km/h, mas o segundo colocado passou pela linha de chegada 0,3 segundo após o primeiro.



Quando o primeiro cruzou a linha de chegada, a distância d entre os dois carros era

- (A) 17,5 m.
- (B) 18,6 m.
- (C) 19,6 m.
- (D) 20,4 m.
- (E) 21,0 m.

23

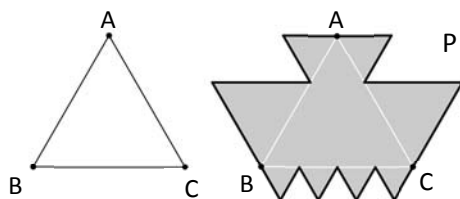
Entre as pessoas A, B, C, D e E, será sorteada uma comissão de três membros. A probabilidade de que A e B estejam na comissão ou de que C esteja na comissão, é de

- (A) 60%.
- (B) 64%.
- (C) 72%.
- (D) 75%.
- (E) 80%.

24

A figura a seguir mostra, do lado esquerdo, um triângulo equilátero ABC, com 9 cm de lado.

Sobre os lados desse triângulo, foram construídos novos triângulos equiláteros, o que deu origem ao polígono P, que se vê à direita.

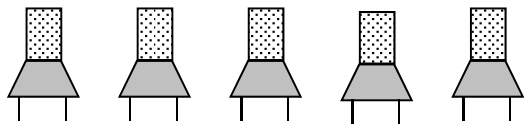


O perímetro do polígono P, em centímetros, é

- (A) 54.
- (B) 60.
- (C) 72.
- (D) 81.
- (E) 108.

25

Cinco pessoas de diferentes alturas devem ocupar as cinco cadeiras abaixo para uma fotografia.



O fotógrafo pediu que nem o mais baixo nem o mais alto ocupassem as cadeiras das extremidades.

Respeitando essa condição, o número de maneiras como as pessoas podem se posicionar para a fotografia é

- (A) 12.
- (B) 18.
- (C) 24.
- (D) 36.
- (E) 72.

26

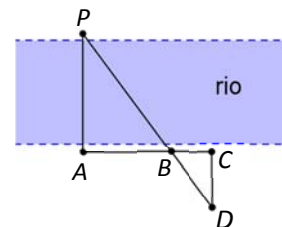
Severino pagou uma conta de luz de R\$ 350,00. Ele descobriu depois que, do valor que pagou, 46% são impostos.

Se o imposto fosse de apenas 10% do valor da conta, a conta de Severino seria de

- (A) R\$ 206,00.
- (B) R\$ 208,00.
- (C) R\$ 210,00.
- (D) R\$ 212,00.
- (E) R\$ 215,00.

27

A figura a seguir mostra um rio de margens retas e paralelas.



João, que está em uma das margens, gostaria de obter uma medida aproximada da largura do rio. Para isso, adotou o seguinte procedimento:

- buscou um ponto de referência na margem oposta e encontrou a pedra P;
- fixou uma estaca no ponto A, de forma que AP fosse perpendicular ao rio;
- caminhou paralelamente ao rio, fixou uma estaca em B e depois outra em C;
- a partir de C, caminhou perpendicularmente ao rio até que, no ponto D, viu as estacas B e P alinhadas com D;
- fixou mais uma estaca nesse ponto e, com uma trena, mediu as distâncias $AB = 20\text{m}$, $BC = 6\text{m}$ e $CD = 8,4\text{m}$.

A distância, em metros, de A até P é de

- (A) 22,6.
- (B) 24,0.
- (C) 25,5.
- (D) 27,2.
- (E) 28,0.

28

Considere a afirmação:

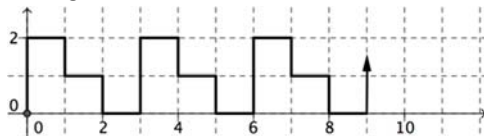
“Se um sapo é verde, então não come minhoca”.

A partir dessa afirmação, conclui-se, logicamente, que

- (A) “Se um sapo come minhoca, então não é verde”.
- (B) “Se um sapo não come minhoca, então é verde”.
- (C) “Se um sapo não é verde, então come minhoca”.
- (D) “Um sapo é verde, ou não come minhoca”.
- (E) “Um sapo não é verde, ou come minhoca”.

29

A figura a seguir mostra o plano cartesiano dividido em quadradinhos de 1 cm de lado. Uma linha poligonal, com início na origem, foi construída, mantendo sempre o mesmo padrão, como mostrado na figura.



A linha poligonal tem 200 cm de comprimento.

A extremidade da linha poligonal é o ponto

- (A) (84, 1).
- (B) (84, 2).
- (C) (86, 1).
- (D) (85, 1).
- (E) (85, 2).

30

Dalva, Bruna e Carla são advogadas, sendo duas delas irmãs. Cada advogada possui uma especialidade: uma é trabalhista; outra, civilista; e, a outra, penalista.

Sabe-se que:

- Dalva não é advogada trabalhista;
- Bruna não é advogada civilista;
- a irmã de Carla é advogada penalista;
- a que não tem irmã nesse grupo é advogada trabalhista.

É correto concluir que

- (A) Dalva é advogada civilista.
- (B) Carla é advogada civilista.
- (C) Bruna é advogada penalista.
- (D) Carla é advogada trabalhista.
- (E) Bruna e Carla são irmãs.

Atualidades

31



Manifestantes venezuelanos protestam contra as políticas de Nicolás Maduro com um cartaz, no qual se lê: "Insegurança. Inflação. Escassez. Violência. Esta não é a Venezuela onde cresci #SOS".

Desde a morte de Hugo Chávez, em 2013, as tensões entre o governo de Nicolás Maduro e a oposição se intensificaram e o atual presidente está em dificuldade para dar continuidade às políticas do "socialismo bolivariano" de seu antecessor.

Assinale a opção que identifica corretamente um fator que vem agravando a recente crise política e econômica da Venezuela.

- (A) A queda nas exportações de petróleo, em função do avanço da demanda por fontes de energias renováveis no mercado internacional.
- (B) O desabastecimento crônico, causado pela política de privatização dos setores básicos de produção e distribuição de alimentos e insumos.
- (C) O intervencionismo norte-americano, responsável pela instalação de bases militares no país e pelo patrulhamento do Pacífico pela quarta frota dos Estados Unidos.
- (D) A expulsão da Venezuela da Organização dos Estados Americanos (OEA) em razão de seu apoio ao regime de Cuba e Honduras.
- (E) A perda da maioria no Legislativo, por parte das forças chavistas nas eleições de dezembro de 2015, o que aprofundou o impasse entre a oposição e o governo de Maduro.

32

A denúncia de desvios de verbas, a investigação de agentes públicos e privados, o desmantelamento de esquemas para beneficiar indevidamente órgãos e instituições, têm ocupado as manchetes diárias da mídia impressa e televisiva, familiarizando o cidadão brasileiro com uma terminologia jurídica sobre os crimes associados à corrupção.

Relacione os tipos de crime listados abaixo às suas respectivas caracterizações.

1. Corrupção ativa
 2. Tráfico de influência
 3. Extorsão
- () Oferecimento de alguma forma de compensação para que o agente público deixe de fazer algo que, dentro de suas funções, deveria fazer.
- () Uso de uma posição privilegiada dentro de uma empresa ou entidade, ou das conexões com pessoas em posição de autoridade, para obter favores ou benefícios para terceiros.
- () Ato de obrigar alguém a fazer ou deixar de fazer alguma coisa, mediante violência ou ameaça, com a intenção de obter vantagem, recompensa ou lucro.

Assinale a opção que mostra a relação correta, de cima para baixo.

- (A) 1, 3 e 2
 (B) 1, 2 e 3
 (C) 2, 1 e 3
 (D) 2, 3 e 1
 (E) 3, 2 e 1

33

A política de imigração do Governo Trump é alvo de duras críticas veiculadas pela imprensa e pelas redes sociais, como no exemplo das charges a seguir, que, além de imagens contundentes, apresentam dizeres como "Não ao banimento".



<http://indianexpress.com>

As medidas polêmicas da política norte-americana de imigração, listadas a seguir estão corretas, **à exceção de uma**. Assinale-a.

- (A) O projeto de construção de um muro na divisa com o México, para impedir a entrada de imigrantes e refugiados por essa fronteira.
- (B) O aumento da fiscalização dos visitantes que requerem visto de entrada para os Estados Unidos, incluindo a verificação de dados das redes sociais.
- (C) A criação de legislação para estimular a imigração de empresários cubanos para os Estados Unidos, de modo a enfraquecer e isolar a economia cubana.
- (D) A proposta de mudança nos critérios para concessão do *green card* (autorização para residência nos Estados Unidos), privilegiando imigrantes qualificados de língua inglesa.
- (E) O decreto anti-imigração impedindo a entrada nos Estados Unidos de cidadãos de países muçulmanos (como o Irã e o Iêmen) que não tenham vínculo com pessoas ou entidades norte-americanas.

34

O IBGE divulgou que o PIB (Produto Interno Bruto) cresceu 1% no primeiro trimestre de 2016, em relação ao quarto trimestre do mesmo ano, já retirados os efeitos sazonais. É o primeiro número positivo desde o final de 2014, e o principal fator para este resultado foi o desempenho do setor agropecuário, que cresceu 13,4% no período. Os serviços, que respondem por mais de 70% do PIB, ficaram estáveis. A indústria também teve resultado positivo, com alta de 0,9%.

(Adaptado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/>)

Com relação ao desempenho positivo do agronegócio brasileiro, analise as afirmativas a seguir.

- I. O agronegócio é responsável por uma grande parte da produção nacional brasileira, impulsionando também a demanda em outros segmentos, como, por exemplo, o de insumos e o de transporte de cargas.
- II. O agronegócio tem papel relevante no incremento das exportações brasileiras para países orientais, sobretudo a China, que concentram a demanda em produtos do complexo da soja.
- III. O agronegócio expandiu suas cadeias produtivas graças à ampliação de áreas de cultivo e ao desenvolvimento de novas tecnologias, sendo responsável pela geração de empregos no campo.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, somente.
- (B) II, somente.
- (C) III, somente.
- (D) I e II, somente.
- (E) I, II e III.

35



<http://portal.iphan.gov.br>

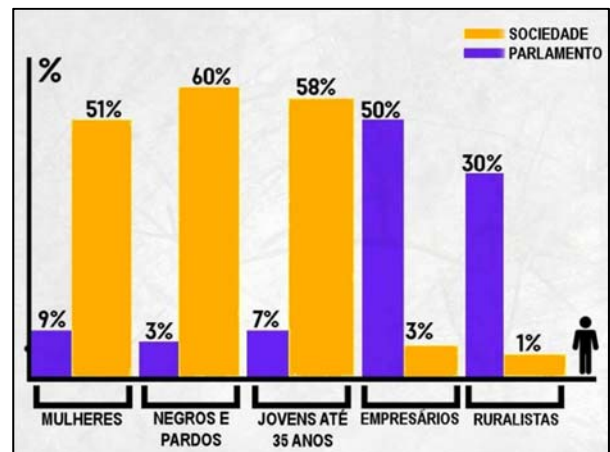
Em 2013, a Festa do Nosso Senhor do Bonfim, comemorada em Salvador (BA), recebeu o título de Patrimônio Cultural do Brasil.

A principal razão para esse reconhecimento está associada

- (A) à valorização de ritmos musicais e danças brasileiras de origem luso-africanas.
- (B) à política de inclusão de tradições africanas e indígenas na cultura erudita do país.
- (C) ao incentivo de ações afirmativas e de mobilização social da juventude.
- (D) ao reconhecimento da vivência coletiva da religiosidade católica e afro-brasileira.
- (E) à preservação de bens arquitetônicos e arqueológicos soteropolitanos.

36

O Congresso representa quem, mesmo?



in Revista Caros Amigos, Ano XIX, julho de 2015.

A respeito da relação entre a sociedade brasileira e sua representação no Parlamento Federal, com base no gráfico, assinale (V) para a afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

- () Os segmentos indicados a partir de suas atividades econômicas mostram uma representação política inversamente proporcional à sua expressão numérica na sociedade brasileira.
- () Há grandes disparidades entre segmentos da população brasileira e seus representantes no Congresso, embora as questões étnicas sejam as que apresentam menor divergência.
- () Os segmentos majoritários da sociedade brasileira possuem representação proporcional no Parlamento, indicando um processo de amadurecimento das instituições democráticas no país.

As afirmativas são, de cima para baixo.

- (A) F – V – F.
- (B) F – V – V.
- (C) V – F – F.
- (D) V – V – F.
- (E) F – F – V.

37

Nos últimos anos, os cientistas descobriram uma nova técnica para "recortar" e mudar partes do código genético, conseguindo eliminar trechos indesejados do genoma, que causam doenças e, se necessário, inserir novas sequências no local. Essa possibilidade de "cortar e colar" partes do código genético tornou possível a cura de algumas condições hereditárias, como, por exemplo, o diabetes, a obesidade, a fibrose cística e tipos graves de distrofia muscular.

Essa nova técnica é conhecida como

- (A) edição de DNA.
- (B) transplante de órgãos.
- (C) implante de células-tronco.
- (D) reprodução por clonagem.
- (E) inseminação artificial.

38

A Secretaria de Meio Ambiente do Estado da Bahia criou um mapa das experiências socioambientais, com o objetivo de divulgar e promover as ações voltadas à sustentabilidade existentes no estado. Leia o relato do projeto "Barreiras mais verde", que começou em 2015 no Município de Barreiras, no bioma Cerrado da Bahia.

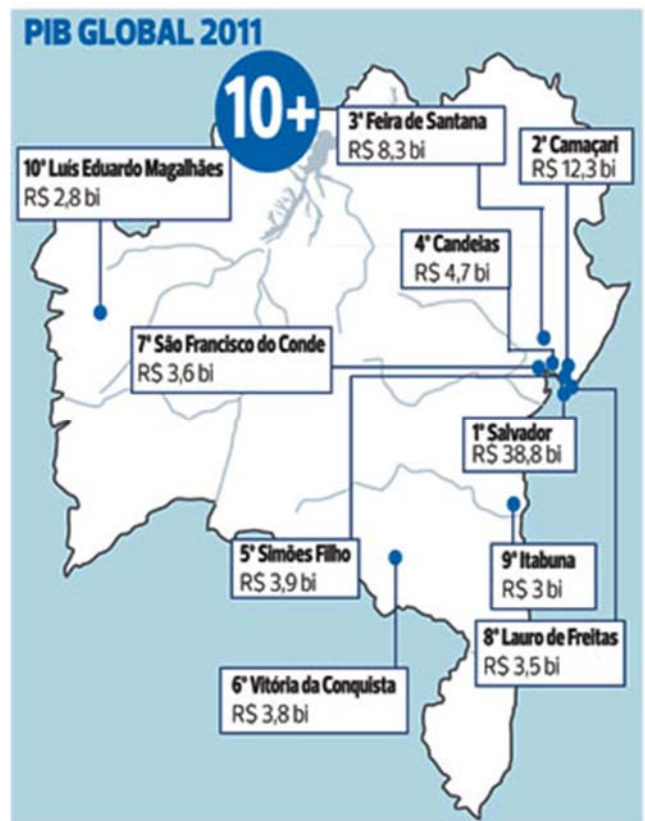
O "Barreiras Mais Verde" é uma ação da Secretaria de Meio Ambiente de Barreiras com o objetivo de realizar o reflorestamento do Parque do Humaitá a partir do plantio de 13.600 mudas e disponibilizar mudas para a arborização da cidade. Para atender a essa demanda, e também às demandas da sociedade, foi implantado um viveiro onde são cultivadas espécies nativas. O viveiro também funciona como um espaço educador, onde são realizadas constantemente atividades de Educação ambiental durante as visitas das escolas.

A experiência relatada promove ações diretamente voltadas para

- (A) a descontaminação de lençol freático.
- (B) a conservação da biodiversidade.
- (C) o cooperativismo de base popular.
- (D) o beneficiamento econômico.
- (E) o consumo sustentável.

39

Observe o mapa do IBGE a respeito do PIB global do Estado da Bahia.



As opções a seguir apresentam afirmativas corretas sobre as contribuições dos municípios para o Produto Interno Bruto (PIB) do Estado, à exceção de uma. Assinale-a.

- (A) O PIB da Bahia está concentrado na Região Metropolitana de Salvador (RMS), o que a transforma em um polo de riqueza nacional.
- (B) A elevada participação de Salvador no PIB baiano deve-se ao fato de ser o município mais populoso, além de um importante polo de turismo e comércio.
- (C) Os PIBs de Camaçari, Candeias e Simões Filho se justificam pela participação na cadeia do petróleo e na indústria petroquímica do Estado.
- (D) A economia de Vitória da Conquista foi impulsionada pela presença de usinas hidroelétricas da Companhia do São Francisco (Chesf).
- (E) Feira de Santana ocupa a terceira colocação por ser um importante entreposto comercial e entroncamento das principais rodovias federais e estaduais.

40

Entre as décadas de 1940 e 1960, a obra de Diógenes Rebouças (1914-1994), considerado o mais importante arquiteto moderno da Bahia, ajudou a definir uma linguagem arquitetônica para o modernismo baiano que apresenta, como traços distintivos, o uso do concreto armado aparente, a valorização das estruturas, o emprego de grandes vãos e a ênfase na luminosidade natural.

Observe as imagens a seguir, que exemplificam diversas tendências arquitetônicas presentes na cidade de Salvador.



I - Faculdade de Arquitetura da UFBA



II - Elevador Lacerda



III - Edifício Suarez Trade Center



IV - Mercado Modelo

Com base nas imagens, podemos afirmar que o modernismo arquitetônico está representado em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) III e IV, apenas.

Conhecimentos Específicos

41

Sobre os processos de significação na Fotografia, leia o trecho a seguir.

“As fotografias, e em particular as fotografias instantâneas, são muito instrutivas porque sabemos que, sob certos aspectos, elas se parecem exatamente com os objetos que representam. Porém, essa semelhança deve-se na realidade ao fato de que essas fotografias foram produzidas em tais circunstâncias que eram fisicamente forçadas a corresponder detalhe por detalhe à natureza.”

(PEIRCE *apud* DUBOIS, 1990:49)

Na classificação peirceana dos signos em relação ao objeto representado, a primeira e a segunda frase se referem, respectivamente, a

- (A) símbolo e quali-signo.
- (B) ícone e índice.
- (C) sin-signo e símbolo.
- (D) índice e símbolo.
- (E) legi-signo e argumento.

42

A teoria matemática da comunicação visa medir a informação e, para isso, baseia-se no pressuposto de que

- (A) a comunicação deve ser definida como o processo de transferência de informações do emissor ao receptor.
- (B) os textos ricos em informação são os que possuem poucos dados factuais, muitas opiniões e diversos convites ao debate.
- (C) a qualidade e o valor só são mensuráveis em textos opinativos, embora seja possível medir a quantidade de informação em qualquer tipo de texto.
- (D) a essência da informação é a sua capacidade de aumentar a incerteza e fomentar a desconfiança em relação aos fatos.
- (E) a diversidade e o fluxo das informações nos textos jornalísticos não são mensuráveis, sendo possível medi-los apenas nos publicitários.

43

O texto radiofônico deve ser redigido de modo a ser facilmente lido e agradavelmente escutado e entendido pelo ouvinte. Por isso, aconselha-se o uso de

- (A) aliterações.
- (B) cacofonias.
- (C) frases em ordem direta.
- (D) orações intercaladas.
- (E) frases negativas.

44

Com o desenvolvimento da tecnologia, os celulares passaram a ser usados também como câmeras de vídeo que potencializam, ainda mais, a documentação de improviso de diversos aspectos da vida, efetivando o projeto do documentarista Dziga Vertov conhecido como

- (A) cine-documentação.
- (B) cinema indireto.
- (C) cine-real.
- (D) cine-olho.
- (E) cinema mobile.

45

Sobre o perfil esperado para os jornalistas, a partir da crescente inserção de tecnologias digitais na produção noticiosa, leia o texto a seguir.

A dimensão profissional da convergência está relacionada com a _____ das funções e com o surgimento de novas competências, culminando com a diversidade de _____ informativos (as) e com a noção de polivalência. Na perspectiva de Salaverría e Negredo (2008), a polivalência pode ser midiática ou _____. Na primeira, o jornalista é demandado a trabalhar, simultaneamente, para diversas empresas jornalísticas ou para vários meios ou veículos ligados a uma mesma organização. Na segunda, o profissional passa a exercer funções diferentes da sua _____, a exemplo das funções de repórter, repórter-fotográfico ou editor.

(RIBEIRO e SILVA: 2014 - adaptado)

Assinale a opção cujos itens completam corretamente as lacunas do texto acima.

- (A) extinção – gêneros – restrita - contratação.
- (B) reorganização – formatos – funcional - especialidade.
- (C) multiplicação – processos - de linguagens - designação.
- (D) sobreposição – fontes – informacional - competência.
- (E) redundância – características – estática - formação.

46

Inserido no conceito de Comunicação Pública, o tipo de propaganda que além de atrair, informar e orientar, busca conscientizar sobre determinado tema ou modo de agir, mesmo que, para tanto, vá de encontro à promoção do consumo, é conhecida como

- (A) institucional.
- (B) comercial.
- (C) corporativa.
- (D) educativa.
- (E) organizacional.

47

Quando um repórter usa a entrevista como recurso de apuração, ele busca: i) informações de alguém que presenciou um fato ou vivenciou uma situação; ii) dados e análises de um especialista que possa discorrer com autoridade sobre um determinado tema ou iii) uma declaração, mesmo que irrelevante, mas centrada na importância do entrevistado.

Quanto aos seus objetivos, essas entrevistas são classificadas, respectivamente, como

- (A) ocasional, especializada e temática.
- (B) ritual, em profundidade e coletiva.
- (C) temática, dialogal e ocasional.
- (D) testemunhal, temática e ritual.
- (E) dialogal, em profundidade e de confronto.

48

Em comparação à notícia, a reportagem é caracterizada

- (A) pela narrativa reduzida a partir de uma apuração mais focada.
- (B) pelo relato integral de um fato de pouca repercussão na sociedade.
- (C) pela parcialidade no processo de apuração e pelo texto centrado em elementos acessórios do acontecimento narrado.
- (D) pela narrativa centrada na opinião do jornalista sobre um fato relevante.
- (E) pelo aprofundamento a partir da localização do acontecimento em relação a fatos antecedentes, consequentes ou correlatos.

49

Notícias com muitos dados, cifras, números e estatísticas podem utilizar gráficos para se referir: i) a quantidades; ii) para indicar proporções; e iii) para expressar a evolução de elementos ao longo do tempo.

Esses gráficos devem ser, respectivamente,

- (A) de fatias, diagrama e de barras.
- (B) de colunas, de linhas e em tabela.
- (C) diagrama, em tabela e de rosca.
- (D) de *pizza*, de colunas e de barras.
- (E) de barras, de fatias e de linhas.

50

Os diagramas são infografias complexas, que necessitam de legendas e textos para complementação da informação gráfica.

Relacione os tipos de diagramas listados a seguir às suas características.

1. ilustrativos
 2. estatísticos
 3. relacionais
 4. organizacionais
 5. temporais
- () procuram demonstrar as posições relativas dos dados em relação as suas localizações no mundo físico.
- () representam o tempo e podem ser elaborados como ciclos ou tabelas.
- () trabalham com tabelas e gráficos, que podem ser de linha e dispersão ou de barra, área e volume.
- () mostram a inter-relação entre entidades físicas sem levar em consideração sua localização geográfica, o que tende a torná-los mais abstratos.
- () utilizam a imagem para descrever situações ou eventos e podem retratar conceitos físicos mais abstratos e em contextos localizados.

Assinale a opção que mostra a relação correta, de cima para baixo.

- (A) 3, 5, 4, 1, 2
- (B) 4, 5, 1, 3, 2
- (C) 3, 5, 2, 4, 1
- (D) 2, 4, 3, 1, 5
- (E) 4, 5, 3, 2, 1

51

Embora a maioria das organizações opte por se relacionar ativamente com a mídia, há as que preferem manter uma postura reativa.

Nesse caso, a assessoria se limita a

- (A) convocar entrevistas coletivas, evitando fornecer informações exclusivas aos repórteres.
- (B) monitorar informações, produzir análises e agir a partir de demandas dos veículos de mídia.
- (C) redigir e enviar releases periodicamente às redações.
- (D) produzir eventos que atraiam a cobertura jornalística favorável à instituição.
- (E) impedir crises de imagem através da publicação periódica de notas oficiais.

52

Sobre a comunicação interna e seus veículos, analise as afirmativas a seguir.

- I. A comunicação interna tem caráter estratégico, pois tem a função de disseminar internamente a missão, a visão e os valores da organização e de estimular pertencimento nos funcionários para que persigam os objetivos empresariais.
- II. A TV e as rádios corporativas são veículos internos de comunicação informal, que estimulam a interatividade e o estabelecimento de novos fluxos comunicacionais, o que se tornou conhecido como “rádio-peão”.
- III. Os jornais, as revistas e os boletins tendem a compartilhar informações mais elaboradas e a ter uma vida mais longa que as veiculadas na intranet, podendo atingir as famílias dos funcionários e outras pessoas fora da organização.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e III, apenas.
- (E) I, II e III.

53

O serviço de apuração, coleção e fornecimento de matérias publicadas em jornais, revistas e *sites* sobre determinado assunto ou sobre as atividades de uma instituição ou de uma determinada pessoa, é feito geralmente pelo departamento de comunicação da organização ou por uma agência especializada.

Esse tipo de serviço é denominado

- (A) *follow up*.
- (B) *clipping*.
- (C) *briefing*.
- (D) *bullet*.
- (E) *drops*.

54

Os *press releases* devem

- (A) destacar as datas e locais dos eventos divulgados e trazer os logotipos da organização e da assessoria.
- (B) ter um texto padrão, enviado para várias editorias de um mesmo veículo, potencializando suas chances de aproveitamento.
- (C) ser redigidos em forma de texto publicitário curto, com frases em ordem indireta e palavras simples.
- (D) conter pelo menos três páginas de informação e destacar os contatos da assessoria de imprensa.
- (E) ser usados prioritariamente para divulgar informações exclusivas a veículos segmentados.

55

Sobre as necessidades estratégicas para a comunicação nas organizações, analise as afirmativas a seguir.

- I. A comunicação precisa ser planejada de modo sinérgico e integrado e abarcar as comunicações humanas, interpessoais e grupais.
- II. As redes e veículos digitais internos de comunicação devem ser usados de forma descendente, evitando o uso de linguagem amena ou que estimule a criação de canais participativos de comunicação.
- III. Externamente, a organização deve manter a postura *low profile* em comunicação evitando o contato com os veículos de comunicação especialmente em momentos de crise de imagem.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e III, apenas.
- (E) I, II e III.

56

Com a complexificação dos processos comunicacionais, propõe-se que a Comunicação Organizacional seja avaliada em quatro dimensões.

Relacione as dimensões da Comunicação Organizacional às suas respectivas características.

- 1. Instrumental
 - 2. Humana
 - 3. Cultural
 - 4. Estratégica
- () Comunicação focada no relacionamento, valorizando as subjetividades e a comunicação interpessoal, que pode ser verbal, não verbal, simbólica e paralinguística.
 - () Comunicação que considera no nível micro, a cultura organizacional e, no macro, o contexto multicultural dos colaboradores da instituição.
 - () Comunicação linear, assimétrica, vista e trabalhada no âmbito da transmissão de informações, funcionando como uma ferramenta para viabilizar processos.
 - () Comunicação voltada para o cumprimento da missão e visão de uma instituição sem se afastar de seus valores e avaliando sistematicamente suas forças e fraquezas e as oportunidades e ameaças do ambiente.

Assinale a opção que mostra a relação correta, de cima para baixo.

- (A) 4, 2, 1 e 3
- (B) 2, 3, 1 e 4
- (C) 4, 3, 2 e 1
- (D) 2, 1, 3 e 4
- (E) 3, 2, 1 e 4

57

No contexto das pesquisas de opinião, as opções a seguir apresentam as técnicas de seleção de amostragem probabilísticas, à exceção de uma. Assinale-a.

- (A) Por conveniência.
- (B) Estratificada.
- (C) Por conglomerados.
- (D) Sistemática.
- (E) Aleatória simples.

58

Sobre a comunicação dirigida, analise as afirmativas a seguir.

- I. A comunicação dirigida busca atingir o grande público e, por isso, suas mensagens devem usar linguagem padrão, não especializada e acessível a toda população.
- II. A comunicação dirigida usa veículos que, se comparados com os da comunicação de massa, tendem a ser mais efetivos, porém mais dispendiosos e com alcance mais amplo em termos de público.
- III. O evento corporativo, os patrocínios, a extensão comunitária por meio de donativos e os programas de visitas guiadas na empresa podem ser considerados estratégias de comunicação dirigida aproximativa.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e III, apenas.
- (E) I, II e III.

59

Em relação às características e funções dos eventos nas organizações, assinale a afirmativa correta.

- (A) Os organizadores de devem reunir o máximo de empresas, atividades e negócios diferenciados, a fim de otimizar o uso das verbas, mesmo que isso implique na descaracterização do evento.
- (B) Os eventos, como um dos mais caros componentes do *mix* de comunicação das organizações, são as primeiras ações a serem cortadas em um momento de crise econômica, pois tendem a atingir um público excessivamente amplo.
- (C) O evento, por ser uma estratégia de comunicação segmentada, é inadequado à geração de *mailing list* para prospecção de novos clientes.
- (D) As improvisações de última hora podem comprometer a equipe organizadora, mas não atingirão a imagem dos promotores e nem dos patrocinadores do evento.
- (E) Os eventos permitem reunir patrocinadores e consumidores reais e potenciais em um ambiente interativo, com objetivo de criar ou fortalecer a imagem das organizações.

60

Leia o trecho a seguir.

“O *marketing* usado no esporte é uma ferramenta poderosa utilizada por diversas organizações para alavancar suas marcas e criar oportunidades em novos mercados, além de consolidar a fidelidade dos clientes existentes”.

(MORGAN e SUMMER, 2008: 288)

Nesse contexto do *marketing* esportivo, as opções a seguir apresentam afirmativas corretas, **à exceção de uma**. Assinale-a.

- (A) O *marketing* do esporte e o *marketing* usado no esporte podem ser considerados conceitualmente como sinônimos.
- (B) O *marketing* esportivo pode ser usado para aproximar a empresa e comunidade, demonstrando a responsabilidade da primeira em relação à segunda.
- (C) O *marketing* usado no esporte pode identificar a empresa com segmentos específicos de mercado e aumentar sua exposição na mídia.
- (D) O *marketing* esportivo pode incrementar as vendas de um produto por meio do merchandising
- (E) Ao usar o *marketing* no esporte, a empresa busca mudar ou reforçar a imagem corporativa, aumentando a fidelidade à marca.

61

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, é **vedado** ao profissional de RP

- (A) atender clientes concorrentes, mesmo que as partes atendidas permitam.
- (B) pleitear ser nomeado perito em casos que envolvam os seus clientes, a fim de proteger colegas ligados a ações de *lobby*.
- (C) quebrar o sigilo em relação às ações de seus clientes, mesmo que estas se refiram a fatos delituosos.
- (D) fazer *lobby* a favor de seu cliente junto a órgãos de governo
- (E) colaborar em cursos de formação de profissionais de relações públicas se não possuir curso de licenciatura.

62

Sobre o uso das mídias sociais pelas organizações, assinale a afirmativa correta.

- (A) As mídias sociais devem ser usadas como via de mão única para transmissão de informações de interesse da instituição direcionadas ao seu público alvo.
- (B) Se o uso das mídias sociais pretende manter o relacionamento com o público, a instituição deve estar pronta para desqualificar as críticas recebidas e manter o tom autoelogioso em suas mensagens.
- (C) As estratégias de comunicação nas mídias sociais devem integrar e complementar os esforços de interação com os públicos estratégicos e devem estar alinhadas com a cultura da organização.
- (D) As organizações devem evitar o uso de mídias sociais, pois elas representam mais ameaças do que oportunidades de aumento de visibilidade.
- (E) Se as mídias sociais forem usadas estrategicamente para manter o relacionamento os *stakeholders*, a instituição deve priorizá-las como canal de vendas.

63

Leia o texto a seguir.

“Na verdade, o contexto em que se inserem as organizações (globalização, explosão das redes e mídias sociais, concorrência às vezes predatória, politização das relações comerciais, supervvalorização dos ativos intangíveis etc.) e a própria imprensa (consolidação das alternativas digitais de divulgação de informações, segmentação exacerbada, fragmentação das instâncias de produção etc.) se modificou drasticamente nas duas últimas décadas e as estratégias de interação entre os dois lados não são mais adequadas ou suficientes. Essa alteração define uma nova lógica de relacionamento mesmo porque há um fato indiscutível: a imprensa tem perdido substancialmente peso e importância como mediadora das relações entre as organizações e os demais *stakeholders*. A comunicação virtual tem permitido que as empresas potencializem canais alternativos para a interação com os seus públicos de interesse (portais e *sites*, *blogs* e *microblogs*, redes e mídias sociais como *Twitter*, *Facebook* e *YouTube*, dentre outras) e, desta forma, a imprensa não se constitui mais nem na única e nem na mais eficiente instância de mediação. Isso não significa que ela ainda não desempenhe papel relevante, mas é lícito aceitar que cada vez menos as organizações dependem dela para acessar os seus *stakeholders*, municiando-os com os fatos e versões de seu interesse.

(BUENO, W., 2014:61)

Com base no texto, assinale a afirmativa correta.

- (A) Quando se trata de imagem corporativa e de reputação empresarial, as empresas podem se restringir à transmissão de mensagens pelo seu *site* institucional, *blogs* e redes sociais, e dispensar o serviço de uma assessoria de imprensa.
- (B) Os veículos de comunicação eletrônicos, em especial os telejornais, são, de forma majoritária, os responsáveis pela formação da opinião pública.
- (C) Apesar do desenvolvimento dos meios digitais, a imprensa mantém-se como o principal fator para moldar a percepção que os *stakeholders* fazem das organizações.
- (D) A relação de dependência entre a empresa e a mídia de massa para a transmissão de mensagens para os *stakeholders* foi relativizada a partir do advento das novas tecnologias digitais e das mídias sociais.
- (E) Os *stakeholders* desacreditam da mídia de massa e, por isso, valorizam aspectos tangíveis de suas relações com as empresas e com as marcas, ignorando questões como responsabilidade social e valores da organização.

64

No ambiente digital, para tratar da imagem corporativa em situação de crise, o assessor de comunicação **não** deve

- (A) estabelecer contato direto com o internauta que reclama da instituição assessorada.
- (B) se apresentar para o internauta como representante oficial da instituição, pois essa função é privativa do presidente da companhia.
- (C) monitorar o que formadores de opinião postam na rede, pois, quando há problemas, o canal mais usado é o “fale conosco” do site institucional.
- (D) oferecer outros canais de comunicação para o internauta, pois as ações devem acontecer unicamente no ambiente em que as reclamações surgiram.
- (E) debater com o internauta na rede em tempo real, buscando desqualificar suas reclamações e enaltecer os pontos positivos da instituição.

65

Sobre o papel que a comunicação desempenha no processo de gerenciamento de situações de crise, leia o texto a seguir.

De imediato, é preciso ressaltar a importância da _____, isto é das ações, processos e estratégias destinados a impedir que os problemas potenciais se tornem realidade. Na maioria dos casos, as crises _____ porque as organizações e os seus gestores não possuem um planejamento que contemple os riscos e as formas adequadas de enfrentá-las. Eles não atuam preventivamente a apenas buscam _____ as crises depois de deflagradas, o que torna as soluções menos ágeis e mais_____.

Assinale a alternativa cujos itens completam corretamente as lacunas do texto acima.

- (A) gestão – demoram – esquecer – baratas.
- (B) direção – ocorrem – ignorar - eficientes.
- (C) estruturação – começam – maximizar – custosas.
- (D) orientação – terminam – conter – limitadas.
- (E) prevenção – irrompem – minimizar – dispendiosas.

66

O *marketing 3.0* ocorre em um cenário em que

- (A) as empresas controlam as informações trocadas entre os consumidores, facilitando o envio de mensagens personalizadas.
- (B) a globalização unifica as culturas e equilibra o poder econômico das nações, padronizando as ações de *marketing*.
- (C) a sociedade é mais criativa e o *marketing* trata as pessoas como seres humanos plenos e não apenas como consumidores.
- (D) a crise econômica obriga a padronização da produção e o *marketing* é centrado na redução do preço do produto.
- (E) os valores como sustentabilidade e responsabilidade social perderam importância nas ações de *marketing* institucional.

67

Sobre as fases do *marketing* propostas por Kotler, leia o texto a seguir.

“Na primeira fase, o *marketing* era orientado pela transação, concentrava-se em como efetuar a _____. Na segunda fase, o *marketing* tornou-se orientado pelo _____ – como fazer o consumidor voltar e comprar mais. Na terceira fase, convida os consumidores a participar do desenvolvimento de produtos da empresa e de suas comunicações. O *marketing* _____ é o primeiro elemento básico do *Marketing 3.0*. As empresas que praticam o *Marketing 3.0* querem mudar o mundo. Não conseguirão fazê-lo sozinhas. O *Marketing 3.0* representa a colaboração de entidades de negócios que compartilham conjuntos _____ de valores e desejos.”

(KOTLER, 2010, p. 12)

Assinale a opção cujos itens completam corretamente as lacunas do texto acima.

- (A) compra – relacionamento – competitivo - complementares.
- (B) troca – preço – digital - opostos.
- (C) precificação – consumo – agressivo - idênticos.
- (D) venda – relacionamento – colaborativo - semelhantes.
- (E) distribuição – consumo – virtual - conflitantes.

68

O fotógrafo Sebastião Salgado, além de fundar o Instituto Terra, com o objetivo de recuperar e preservar o meio ambiente em uma pequena região de Minas Gerais, desenvolveu documentação fotográfica de locais e civilizações ainda intocados pela modernidade, nos quais a relação do homem com o ambiente parecia mais harmoniosa.

Esse projeto chama-se

- (A) Terra.
- (B) Biodiversidade.
- (C) *Exodus*.
- (D) Outras Américas.
- (E) Gênese.

69

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, a partir de 2007, permite que os profissionais usem identidades falsas e câmeras escondidas.

Assinale a opção que mostra a situação em que esse procedimento deve ser adotado.

- (A) Quando a fonte de informações está em risco de morte e, por isso, se nega a gravar entrevista.
- (B) Quando o repórter, regularmente identificado, quer veicular informações irrelevantes obtidas *off the records*.
- (C) Quando a informação é de incontestável interesse público e todas as formas convencionais de apuração falharam.
- (D) Quando a matéria é executada e assinada por um estagiário de Jornalismo.
- (E) Quando o profissional está encarregado de uma investigação jornalística ou reportagem sobre investigações.

70

Assinale a opção que apresenta atividades pertinentes ao transevento.

- (A) Efetuar novas inscrições, recepcionar participantes, palestrantes e convidados e distribuir o material do evento.
- (B) Compilar e ordenar os *press releases* enviados e calcular a centimetragem publicada.
- (C) Fazer a prestação de contas e desmontar as instalações usadas para o evento.
- (D) Definir a programação e as estratégias de divulgação do evento.
- (E) Detalhar o projeto e receber, confirmar e controlar as inscrições e adesões.

Realização

