



FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

EDITAL DE PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO Nº02/2019

NÍVEL SUPERIOR

ANALISTA CENSITÁRIO

JORNALISMO

Nome do Candidato _____

Inscrição _____

 **COMPOSIÇÃO DO CADERNO**

Língua Portuguesa 01 a 15

Conhecimentos Específicos 16 a 50

Raciocínio Lógico 51 a 60

 **INSTRUÇÕES**

1. Confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição na Folha de Respostas. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração. Preencha os campos destinados à assinatura e ao número de inscrição. Qualquer divergência, comunique ao fiscal.
2. O único documento válido para avaliação é a Folha de Respostas. Só é permitido o uso de caneta esferográfica transparente de cor azul ou preta para o preenchimento da Folha de Respostas, que deve ser preenchida da seguinte maneira: ●
3. O prazo de realização da prova é de 4 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas. Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação, não podendo, no entanto, levar o Caderno de Questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas.
4. Ao término de sua prova, comunique ao fiscal, devolvendo-lhe a Folha de Respostas devidamente preenchida e assinada. O candidato somente poderá levar consigo o Caderno de Questões, ao final da prova, se sua saída ocorrer nos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário determinado para o término das provas.
5. Os 3 (três) últimos candidatos só poderão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do envelope de retorno.
6. As provas e os gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do Instituto AOCP - www.institutoaocp.org.br, no dia posterior à aplicação da prova.
7. O NÃO cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas incorrerá na eliminação do candidato.

PROVA

01

**LEMBRE-SE DE MARCAR O NÚMERO
CORRESPONDENTE À SUA PROVA NA
FOLHA DE RESPOSTAS!**

ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.

Língua Portuguesa

TEXTO I

O último paradoxo da vida moderna: por que ficamos presos ao celular, mas odiamos falar por telefone?

Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp

SILVIA LÓPEZ

Para iniciar um texto, Hemingway dizia a si mesmo: “Escreva a frase mais verdadeira que você conhece”. Neste caso, seria: a psicóloga Cristina Pérez, do Siquia, respondeu por meio de mensagens de áudio às perguntas que lhe enviamos por email. Essa curiosidade metajornalística não tem importância, não altera a qualidade de suas respostas, só ilustra a variedade e fluidez de opções com as quais podemos nos comunicar hoje. Recebemos um email? Respondemos com um áudio. Chegou um áudio de WhatsApp? Respondemos com um texto. Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: “Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever”. O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.

A ligação telefônica – que, até não muito tempo atrás, esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal – se tornou uma presença intrusiva e incômoda, perturbadora e tirânica, mas por quê? “Uma das razões é que quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo que estávamos fazendo, ou simplesmente não temos vontade de falar nesse momento”, explica a psicóloga Cristina Pérez. “Por outro lado, também exige de nós uma resposta imediata, ao contrário do que ocorre na comunicação escrita, que nos permite pensar bem no que queremos dizer. E a terceira razão seria o fato de não poder saber de antemão qual será a duração do telefonema”, acrescenta.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/01/tecnologia/1559392400_168692.html>. Acesso em: 25 jun. 2019

As questões de 1 a 10 se referem ao texto I.

- 1. Em relação ao excerto “Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp”, é correto afirmar que**
 - (A) ele é um conselho para as pessoas não receberem ligações rápidas.
 - (B) a palavra “rápida” caracteriza “ligação” enquanto as palavras “longa”, “confusa” e “série” caracterizam “mensagens”.
 - (C) ele é irônico, pois o conteúdo que se pretende veicular possui o significado contrário daquilo que é posto.
 - (D) ele está no modo imperativo, indicando um pedido para que as pessoas não diminuam o uso de WhatsApp.
 - (E) a palavra “série” está sendo utilizada com o mesmo significado que na frase: “A antiga 5ª série equivale hoje ao 6º ano”.
- 2. De acordo com o texto, é correto afirmar que**
 - (A) a autora seguiu o conselho de Hemingway.
 - (B) a curiosidade metajornalística citada pela autora não tem importância para a temática do texto.
 - (C) não há resposta para a pergunta presente no título.
 - (D) a ligação telefônica está presente na vida das pessoas.
 - (E) respondemos e-mails com áudios porque nos comunicamos melhor oralmente do que pela escrita.
- 3. No segundo parágrafo do texto, a informação entre travessões**
 - (A) descreve três atitudes negativas em relação à ligação telefônica.
 - (B) é constituída por três ações que se excluem mutuamente.
 - (C) é constituída por verbos que não requerem um complemento.
 - (D) restringe o sentido do termo “ligação telefônica”.
 - (E) completa o sentido do termo “ligação telefônica”.

4. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.”.
- (A) O paradoxo do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas.
- (B) A incoerência do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas ficarmos doentes sem as ligações telefônicas.
- (C) No século XXI, é contraditório estar preso ao celular por ter medo das ligações telefônicas.
- (D) Temos medo das ligações telefônicas porque estamos presos ao celular; esse é o paradoxo do grande vício do século XXI.
- (E) Estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas é a incoerência do grande vício do século vigente.
5. Assinale a alternativa em que a expressão em destaque **NÃO** indica circunstância de tempo, **NÃO** sendo, portanto, um adjunto adverbial de tempo ou uma oração subordinada adverbial temporal.
- (A) “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular [...]”.
- (B) “[...] quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo [...]”.
- (C) “[...] simplesmente não temos vontade de falar nesse momento [...]”.
- (D) “[...] saber de antemão qual será a duração do telefonema [...]”.
- (E) “[...] opções com as quais podemos nos comunicar hoje.”.
6. Qual é a relação de sentido estabelecida no excerto “Não posso falar, é melhor me escrever”?
- (A) Contraste.
- (B) Causalidade.
- (C) Adição.
- (D) Conformidade.
- (E) Finalidade.
7. Em “[...] esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal.”,
- (A) há uma relação de oposição entre esperar com alegria e tolerar com resignação.
- (B) a acentuação de “esperávamos”, “tolerávamos” e “evitávamos” se deve ao fato de serem verbos.
- (C) não é possível identificar os sujeitos dos verbos presentes no excerto.
- (D) todos os verbos apresentam o mesmo sujeito e estão no mesmo modo.
- (E) o uso da vírgula é facultativo.
8. É um sinônimo da palavra “ligação” o vocábulo
- (A) “email”.
- (B) “telefone”.
- (C) “telefonema”.
- (D) “celular”.
- (E) “áudio de WhatsApp”.
9. A repetição de “esperamos”, em “Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: [...]”,
- (A) indica que o retorno é dado depois de um tempo considerável após a ligação.
- (B) indica que o retorno é dado imediatamente após a ligação.
- (C) não dá nenhum indício sobre o tempo transcorrido até o retorno.
- (D) deveria ser eliminada, pois se trata de um problema de coesão.
- (E) enfatiza a pouca frequência com que se recebem telefonemas.
10. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “[...] ‘Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever’.”.
- (A) Você ligou-me? Não posso falar, é melhor eu escrever.
- (B) Ligastes para mim? Não posso falar, escreve a mim que és melhor.
- (C) Me ligou? Não posso falar, escrever é melhor para mim.
- (D) Você ligou para mim? Não posso falar, é melhor que me escreva.
- (E) Me ligou? Não posso falar, me escreve que é melhor.

TEXTO II

Você é o que você se diz: a ciência do diálogo interno

PILAR JERICÓ

Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior. A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade de enfrentar as dificuldades e determina a tomada de decisões. A autoafirmação, ou pensar coisas positivas sobre nós mesmos, é uma ferramenta muito útil para reforçar a autoestima. Entretanto, não vale qualquer comentário. Já ficou comprovado que frases como “aguento tudo” ou “sou uma pessoa superagradável” não ajudam muito. Quem as expressa não está realmente convencido disso, então essas expressões podem ter efeito contrário. A ciência do diálogo interior nos dá pistas sobre as técnicas que tornam nossas autoafirmações eficazes: devemos imaginar futuras situações agradáveis e nos tratar na segunda pessoa.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/05/ciencia/1557083642_455016.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.

As questões de 11 a 15 se referem ao texto II.

11. Assinale a alternativa que apresenta um exemplo de tratamento na segunda pessoa do singular.

- (A) Eu sou capaz de vencer meus desafios.
- (B) Juntos, nós podemos transformar o mundo.
- (C) Você é forte para superar os obstáculos da vida.
- (D) As pessoas não vão abalar minha autoconfiança.
- (E) Sempre é possível evoluir como ser humano.

12. Em “Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior.”, a relação de sentido que se estabelece é de

- (A) condição.
- (B) tempo.
- (C) conclusão.
- (D) concessão.
- (E) contraste.

13. Em “A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade [...]”, o termo em destaque poderia ser substituído adequadamente por

- (A) “que”.
- (B) “cuja”.
- (C) “onde”.
- (D) “para qual”.
- (E) “pela qual”.

14. Assinale a alternativa em que a palavra formada, assim como “autoafirmação” e “superagradável”, é grafada sem hífen.

- (A) auto + hipnose.
- (B) auto + observação.
- (C) super + herói.
- (D) super + requintado.
- (E) super + salário.

15. De acordo com o texto, é correto afirmar que

- (A) conversar consigo mesmo pode combater a depressão.
- (B) a imaginação é importante no processo de melhora da autoestima.
- (C) as pessoas que não conversam com elas mesmas não têm autoestima.
- (D) falar consigo mesmo na primeira pessoa não ajuda porque isso não reflete como as outras pessoas falam conosco.
- (E) o diálogo interior só é possível a partir de um diálogo exterior, no qual está presente uma segunda pessoa.

Conhecimentos Específicos

16. A pesquisa em comunicação, na América Latina, possui raízes no século XIX. No entanto sua institucionalização como campo científico ocorreu apenas nos últimos 40 anos do século XX. Sobre a consolidação desse panorama de pesquisas intitulado Escola Latino-Americana de Pensamento, assinale a alternativa correta.

- (A) O CIESPAL, Centro Interamericano de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, com sede em Quito, no Equador, foi protagonista na estruturação do saber científico comunicacional nessa região do continente americano. O CIESPAL contou com o apoio da UNESCO e tinha como objetivo primordial o desenvolvimento de modelos adequados para a formação de profissionais de comunicação.
- (B) A postura funcionalista da pesquisa latino-americana, que defendia que os meios de comunicação de massa, por si só, seriam capazes de gerar desenvolvimento independente das condições econômicas e políticas, não sofreu críticas, sendo aceita por grande parte da comunidade acadêmica.
- (C) Entre os principais teóricos e pesquisadores da Escola Latino-Americana, estão: Armand Mattelart e sua interpretação estrutural-marxista; Paulo Freire, com uma perspectiva cristã-marxista; José Marques de Melo, com a defesa de um modelo de comunicação preocupado com a mediação social da comunicação com a cultura popular e Charles Sanders Peirce, que defendia o estudo dos signos para compreensão da mensagem.
- (D) Na Escola Latino-Americana, existiam métodos pré-definidos para a realização das pesquisas científicas. Esses métodos partiam do pressuposto de que a realidade econômica, social e política dos países latino-americanos era semelhante e, por isso, as pesquisas deveriam utilizar as mesmas metodologias, pois isso garantiria resultados mais próximos da realidade.
- (E) Os teóricos da Escola Latino-Americana não consideravam os estudos e as pesquisas sobre telenovelas por acreditarem que elas não refletiam a identidade dos países e que eram produzidas como produtos para exportação. Desse modo, não poderiam ser consideradas elementos culturais, apenas como objetos da indústria cultural.

17. Sobre a teoria da Folkcomunicação, é correto afirmar que

- (A) é uma teoria desenvolvida pelo jamaicano Stuart Hall enquanto dirigiu o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea, na Inglaterra, de 1968 até 1969.
- (B) novelas, filmes exibidos no cinema, programas de rádio e reportagens publicadas em jornais impressos são exemplos de Folkcomunicação.
- (C) é considerada a primeira teoria genuinamente brasileira de comunicação e foi desenvolvida a partir dos estudos do professor e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão.
- (D) é uma teoria que tem o objetivo de estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa, como a televisão e o rádio, na sociedade.
- (E) almanaques, calendários, festas populares, literatura de cordel e demais expressões de grupos marginalizados não podem ser considerados exemplos de Folkcomunicação.

18. A teoria crítica, historicamente identificada como Escola de Frankfurt, reúne os primeiros trabalhos sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto da crítica ao capitalismo. Os pensadores desse panorama defendiam que toda a vida do indivíduo está programada, inclusive seu tempo livre, para a lógica de mercado e que as manifestações culturais e artísticas perderam sua essência e não passam de produtos de consumo. Considerando a Escola de Frankfurt, essas ideias resumem o principal conceito desenvolvido por seus pesquisadores, que é denominado

- (A) Entropia.
- (B) Indústria Cultural.
- (C) Espiral do Silêncio.
- (D) Imperialismo.
- (E) Racionalidade Tecnológica.

19. Sobre os princípios de edição que devem ser observados em telejornalismo, assinale a alternativa correta.

- (A) Nos geradores de caracteres, utiliza-se caixa alta (letras todas em maiúsculo) para identificar o nome dos entrevistados, do cinegrafista e do repórter e caixa baixa (letras todas em minúsculo) para identificar a profissão de cada um.
- (B) A fonte utilizada no gerador de caracteres deve ser chamativa, lúdica, de preferência com várias curvas, já que isso facilita a leitura das informações por parte do telespectador. Comic Sans e Times New Roman são fontes adequadas para a utilização nos GCs (geradores de caracteres) de telejornais diários.
- (C) Recursos gráficos como mapas, estatísticas, quadros e demais recursos de computação gráfica devem ser utilizados em último caso, pois poluem a reportagem e podem confundir o telespectador.
- (D) Um áudio ruim não pode ser usado mesmo se for de grande importância para a reportagem.
- (E) É importante repetir na sonora a informação do texto narrado em off, pois isso fará com que o telespectador fixe com maior facilidade a mensagem contida na reportagem.

20. O telejornalismo é composto por várias etapas. Essas etapas são dependentes entre si. Considerando o exposto, qual é sequência necessária para que um telejornal entre no ar?

- (A) Reportagem, decupagem, produção, edição, apresentação.
- (B) Produção, reportagem, decupagem, edição, apresentação.
- (C) Produção, decupagem, reportagem, apresentação, edição.
- (D) Produção, edição, reportagem, decupagem, apresentação.
- (E) Edição, reportagem, produção, decupagem, apresentação.

21. O jornalismo para TV, também conhecido como telejornalismo, reúne uma série de características como concisão do texto, linguagem objetiva, relação de não concorrência entre texto e imagem, entre outras. A área também possui um vocabulário próprio que é utilizado no cotidiano das redações por profissionais da área. Considerando a terminologia em telejornalismo, relacione as colunas

e assinale a alternativa com a sequência correta.

- 1. Escalada.
 - 2. Espelho.
 - 3. Texto em Off.
 - 4. Passagem.
 - 5. Sonora.
- () Texto gravado pelo repórter – normalmente após a finalização da matéria na rua. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.
 - () Manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição.
 - () Fala do entrevistado na matéria.
 - () Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas na matéria. É o momento em que o repórter aparece no vídeo para destacar um aspecto da reportagem.
 - () Cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

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

22. O Estado democrático de direito tem o dever de prestar contas à sociedade e interagir com todos os seus segmentos e o canal mais eficaz para que isso aconteça é a mídia jornalística. Assim, o jornalista que atua como assessor de imprensa em órgãos públicos deve se guiar pelo princípio de que os cidadãos têm o direito de saber o que ocorre nas repartições, secretarias, ministérios e demais órgãos que integram o setor público. Com base no exposto, assinale a alternativa que NÃO se inclui nas atribuições desse profissional.

- (A) O atendimento adequado às necessidades de toda a imprensa quanto a notícias de utilidade e interesse da sociedade.
- (B) A mediação entre as empresas privadas, organizações da sociedade e mídia jornalística com o órgão público em que trabalha, fornecendo as informações necessárias e facilitando o acesso a dados e serviços públicos.

- (C) A apuração e a distribuição de informações de interesse da sociedade normalmente não cobertas pelos veículos de comunicação, inclusive os de grande porte.
- (D) A interação nas mídias sociais, que é imprescindível na comunicação atual do setor público.
- (E) A seleção de veículos de comunicação que registram maior audiência para o fornecimento de pautas exclusivas.

23. A internet e as redes sociais conferiram aos cidadãos um infinito poder de comunicação e provocaram a queda da barreira entre emissor e receptor que até então existia. Assim, os indivíduos, na contemporaneidade, também são comunicadores e estão cada vez mais exigentes em relação ao trabalho que é desenvolvido por jornalistas. As ferramentas tecnológicas possibilitaram o desenvolvimento de uma forma de comunicação mais próxima da sociedade e, por isso, encontram-se cada vez mais presentes nas rotinas produtivas das assessorias de imprensa. Sobre o uso das redes sociais nesse setor, assinale a alternativa correta.

- (A) Com o avanço das redes sociais, houve uma perceptível queda no número de aparelhos de rádio e televisão nas residências brasileiras, já que hoje 90% da população nacional possui acesso à internet. Por isso, os assessores de imprensa devem privilegiar a divulgação de dados e informações no ambiente virtual.
- (B) A interação nas redes sociais exige mobilização permanente por parte da assessoria de imprensa, com respostas em tempo real às críticas e pedidos de informação e esclarecimentos sobre quaisquer tipos de consulta, já que o ineditismo é a essência dessas novas ferramentas.
- (C) Como a rotina de um assessor de imprensa é repleta de compromissos e atividades, deve-se privilegiar algumas estratégias para a obtenção de resultados eficazes. Assim, quando o tempo é escasso, é preferível abastecer as redes sociais com conteúdo do que realizar o follow-up com os veículos de comunicação.
- (D) A utilização das redes sociais pelas assessorias de imprensa tornou o processo de envio de informações sobre

o assessorado ao público instantâneo, o que diminuiu a necessidade de realizar coletivas de imprensa com veículos de comunicação já que os jornalistas conseguem material para as reportagens por meio do conteúdo on-line disponibilizado.

- (E) Para que haja engajamento, os textos de posts nas redes sociais devem ter o formato de uma reportagem jornalística, trazendo ao leitor informações não apenas sobre o fato principal, como também sobre os correlatos. Assim, o ideal é que o texto tenha mais de 400 palavras, o que equivale a uma página de programas processadores de texto.

24. Sobre o uso de hashtags em posts de redes sociais, assinale a alternativa correta.

- (A) Hashtags funcionam como um indexador de assuntos nas redes sociais, portanto, é necessário verificar quais seriam as mais adequadas para o post, ou seja, as mais populares para o tema que será adotado em seu conteúdo.
- (B) Utilizar hashtags que informam o local ou a cidade onde determinado produto ou serviço é desenvolvido pode prejudicar o engajamento com o post, já que a divulgação de localização impede que o conteúdo circule em escala nacional ou global, restringindo-se apenas à realidade local.
- (C) É possível e recomendado utilizar mais de uma hashtag ao final de um post, desde que seus conteúdos e significados não estejam relacionados.
- (D) O uso de hashtags no Instagram é dispensável para que ocorra a conexão e o engajamento da empresa ou órgão público com seu público alvo. Uma boa fotografia e uma legenda criativa são capazes de indexar o conteúdo nas ferramentas de busca.
- (E) Hashtags são feitas para que o seu público alvo encontre mais facilmente as suas mensagens, por isso é recomendado utilizar o máximo delas permitido por cada rede social. No Instagram, por exemplo, o usuário pode utilizar até trinta hashtags em cada post.

25. A lista que contém informações sobre jornalistas, como endereço de e-mail, telefone, nome, veículo de atuação e editoria em que trabalha, e que é utilizada para disparar releases e outros assuntos simultaneamente é chamada de

- (A) media training.
- (B) follow-up.
- (C) mailing.
- (D) cerimonial.
- (E) email marketing.

26. A Lei nº 12.527/2011, também conhecida como Lei de Acesso à Informação, regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades. Sobre a LAI, assinale a alternativa correta.

- (A) A Lei deve ser cumprida pelos órgãos da administração pública direta. Os órgãos e entidades da administração pública indireta ficam dispensados da observância da LAI, pois possuem regras e princípios próprios da administração privada.
- (B) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação. Nesse caso, a publicidade a que estão submetidas refere-se à parcela dos recursos recebidos e à sua destinação.
- (C) Os Tribunais de Contas, Ministério Público e órgãos integrantes do Poder Judiciário, como o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça, não são obrigados a cumprir a Lei de Acesso à Informação já que possuem legislações independentes que protegem a divulgação de todas as decisões, conteúdos jurídicos e relação de despesas. O objetivo é garantir a eficiência e a imparcialidade do trabalho desenvolvido por esses órgãos.
- (D) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, não estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação.

(E) A LAI deve ser cumprida pelos órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, Judiciário e Ministério Público, pelas autarquias e pelas fundações públicas. As empresas públicas, sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios não estão sujeitas ao cumprimento da LAI.

27. No que se refere às regras para obtenção de informação por meio da Lei de Acesso à Informação, assinale a alternativa correta.

- (A) Qualquer interessado, pessoa física ou jurídica, poderá apresentar pedido de acesso a informações aos órgãos e entidades públicas, por qualquer meio legítimo, devendo o pedido conter a identificação do requerente e a especificação da informação requerida.
- (B) Apenas pessoas físicas podem requerer o acesso a informações por meio da Lei de Acesso à Informação. Não é necessário apresentar o motivo do pedido.
- (C) Além da identificação e especificação da informação requerida, o requerente, pessoa física ou jurídica, precisa dizer por que e para que deseja a informação.
- (D) Quando não for autorizado o acesso por se tratar de informação total ou parcialmente sigilosa, não haverá possibilidade de recurso por parte do requerente e o pedido será arquivado.
- (E) O requerente não tem direito a obter o inteiro teor de decisão de negativa de acesso à informação, por certidão ou cópia.

28. Para garantir a efetividade do acesso à informação pública, a legislação sobre direito à informação (Lei nº 12.527/2011) observa um conjunto de padrões estabelecidos com base nos melhores critérios e práticas internacionais. Dentre esses princípios, destaca-se que

- (A) acesso é a regra, o sigilo, a exceção.
- (B) é preciso que o requerente justifique por que e para que deseja a informação.
- (C) a definição do sigilo de informações é um ato discricionário, ou seja, a autoridade requerida é quem decide, a cada caso, se é possível atender ao pedido do requerente ou não.

- (D) as informações só serão transmitidas ao requerente após o pagamento do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF). As arrecadações dos pedidos da LAI são revertidas ao Fundo de Modernização do Poder Judiciário da União.
- (E) como grande parte dos órgãos da administração pública direta e indireta apresentam uma pequena quantidade de servidores públicos, a forma encontrada pela LAI para não sobrecarregar as rotinas produtivas de trabalho é que a divulgação das informações ocorra apenas de maneira passiva e não ativa. Assim, os servidores agem apenas quando provocados.

29. Os sítios na Internet dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta deverão, em cumprimento às normas estabelecidas pela Lei de Acesso à Informação, atender aos seguintes requisitos, EXCETO

- (A) conter formulário para pedido de acesso à informação.
- (B) conter ferramenta de pesquisa de conteúdo que permita o acesso à informação de forma objetiva, transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.
- (C) garantir a acessibilidade de conteúdo para pessoas com deficiência.
- (D) garantir autenticidade e integridade das informações disponíveis para acesso.
- (E) garantir que o requerente não possa se comunicar por telefone ou cartas com o órgão público, já que a LAI defende que todos os pedidos e comunicações devem ser realizados por meio eletrônico.

30. Para a classificação da informação em grau de sigilo, deverá ser observado o interesse público da informação e utilizado o critério menos restritivo possível, considerando a gravidade do risco ou dano à segurança da sociedade e do Estado e o prazo máximo de classificação em grau de sigilo ou o evento que defina seu termo final. Considerando o que a LAI (Lei nº 12.527/2011) versa sobre os prazos máximos de classificação, assinale a alternativa correta.

- (A) Grau reservado: três anos.
- (B) Grau reservado: dez anos.
- (C) Grau reservado: cinco anos.
- (D) Grau reservado: quinze anos.
- (E) Grau reservado: vinte e cinco anos.

31. Os Estados Unidos é considerado o país pioneiro no exercício de assessoria de imprensa, pois, em 1906, um jornalista que atuava em Nova Iorque decidiu abandonar o ofício para abrir o primeiro escritório de Relações Públicas de que se tem notícia. O profissional havia sido contratado pelo empresário John Rockefeller para recuperar sua credibilidade e imagem que estavam desgastadas devido ao tratamento inadequado dispensado aos grevistas de suas empresas e as acusações de monopólio no setor de combustíveis. Quem é esse jornalista precursor na assessoria de imprensa?

- (A) Orson Welles.
- (B) Ivy Lee.
- (C) William Stead.
- (D) Robert Ezra Park.
- (E) Alton Parker.

32. Um jornalista trabalha como repórter de televisão em uma emissora durante o período matutino e como assessor de imprensa do IBGE na mesma cidade à tarde. Acerca dessa situação, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece que

- (A) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor, sem necessidade de comunicação a chefia.
- (B) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, tanto nas instituições públicas como nas privadas, desde que ele comunique ao seu chefe.
- (C) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições privadas onde eventualmente seja assessor.
- (D) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições públicas onde eventualmente seja assessor.
- (E) o jornalista não pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor.

33. As assessorias de imprensa, principalmente no setor público, são as responsáveis pelo gerenciamento de crises e pela preservação e recuperação da imagem de uma empresa privada ou órgão público e de seus representantes. Carlos, chefe de setor de um órgão público, foi falsamente acusado de corrupção ativa e lavagem de dinheiro por um jornal impresso de uma cidade do interior. Entre as estratégias corretas para gerenciar a crise, está

- (A) a recusa aos pedidos de entrevistas e esclarecimentos por parte de outros veículos de comunicação, privilegiando o silêncio à alimentação do noticiário.
- (B) a interação com mídias estaduais e nacionais com o objetivo de contrapor, com mais peso, as informações falaciosas ou inverídicas que foram veiculadas pelo jornal impresso local.
- (C) a ausência de nota resposta ao veículo que publicou a matéria falaciosa como forma de advertência pelo erro cometido.
- (D) a publicação de conteúdos diversos nas redes sociais do órgão ao qual o agente público está vinculado como forma de encobrir a veiculação das notícias falsas e orientar a atenção do público para outras questões.
- (E) a ocultação do jornal que publicou as informações falaciosas de toda a equipe que trabalha com o agente vítima da falsa acusação, já que os colegas podem acreditar no que foi publicado, o que atingirá a credibilidade do chefe e a eficiência do setor.

34. O IBGE se prepara para divulgar o Rendimento Domiciliar per capita (RDPC) e o Coeficiente de Desequilíbrio Regional (CDR) referentes ao ano de 2018 para as Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Os dados foram obtidos com base nas informações obtidas na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. Para que essa pesquisa, obtenha bons índices de mídia espontânea, ou seja, publicações gratuitas pelos veículos de comunicação, é necessário que o assessor de imprensa

- (A) desenvolva um único modelo de release com as principais informações sobre a pesquisa e envie para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão, rádio, sites e jornais impressos. A padronização do release

confere maior credibilidade à assessoria de imprensa e torna a rotina produtiva mais eficiente.

- (B) desenvolva um modelo de release para cada área midiática. Assim é recomendado, por exemplo, enviar para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão um release que siga o modelo de uma pauta e contenha sugestões de imagens e de entrevistados.
- (C) não realize o *follow-up*, já que as ligações desse profissional para os jornalistas no meio do expediente podem, ao invés de garantir espaço para a pesquisa nos meios de comunicação, irritar os profissionais, fazendo com que eles privilegiem pautas de outros assessores.
- (D) privilegie os meios de comunicação de massa tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, em vez daqueles provenientes da revolução tecnológica, como blogs, sites, perfis em redes sociais e portais do terceiro setor. Os veículos classificados como "off" garantirão resultados mais eficazes a esse tipo de notícia.
- (E) convença o setor responsável a investir recursos financeiros na contratação de outdoors, busdoors, spots de rádio e propagandas na televisão sobre os resultados da pesquisa, pois é difícil que haja engajamento da sociedade apenas com a divulgação por mídia espontânea.

35. Assinale a alternativa que NÃO apresenta uma das funções desenvolvidas pela assessoria de imprensa.

- (A) Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits.
- (B) Relacionamento formal e informal com os produtores, repórteres e editores da mídia.
- (C) Acompanhamento de entrevistas de suas fontes e organização de coletivas.
- (D) Participação na definição de estratégias de comunicação.
- (E) Desenvolvimento de software de aplicativos temáticos.

36. Entrevistas à imprensa precisam ser preparadas quando a empresa ou instituição tem algum fato a comunicar à opinião pública. O processo de treinamento dos porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em encontros de relacionamento, denomina-se

- (A) key messages.
- (B) voice recording.
- (C) try to speaking.
- (D) media training.
- (E) leader coaching.

37. O documento que traz a ordem das reportagens em um telejornal e que prevê a entrada de repórteres ao vivo, entrevistas em estúdio, divisão dos blocos, intervalos e encerramento do jornal é chamado de

- (A) sequência.
- (B) retranca.
- (C) espelho.
- (D) lauda.
- (E) escalada.

38. Analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta as corretas. No texto para telejornal, que inclui a redação de textos em off, notas cobertas, nota-pé e cabeças, para se garantir comunicação eficaz com o telespectador, deve-se

- I. evitar as frases curtas.
- II. fazer uso de adjetivos.
- III. adotar a ordem direta na construção das orações.
- IV. evitar a repetição de informações.
- V. separar cada ideia em uma frase.

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

39. Entrevista é a técnica de obter matérias de interesse jornalístico por meio de perguntas e respostas, sendo um dos instrumentos de pesquisa do repórter. Considerando as técnicas de entrevista, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- () Perguntas frouxas e equivocadas pressupõem respostas do mesmo teor. A inteligência das questões e a descoberta do mote correto podem transformar conversas aparentemente inócuas em grandes depoimentos.
- () É importante que o entrevistador seja o condutor da entrevista. Ele só estará no comando se estiver bem informado e bem preparado.
- () Em entrevistas com autoridades políticas, o improviso do repórter pode ser um grande aliado. O entrevistado ficará mais à vontade para responder às perguntas se perceber que o repórter não domina o assunto.
- () É fundamental que a primeira pergunta ao entrevistado seja a pergunta-chave da entrevista, pois, caso seja deixada para o final, o repórter poderá se esquecer de fazê-la ou o entrevistado poderá negar-se a responder.
- () É recomendado que o repórter grave ou anote as palavras-chave da entrevista, já que muitas declarações envolvem números ou nomes de difícil entendimento.

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

40. São considerados gêneros jornalísticos opinativos:

- (A) caricatura, crônica, roteiro e carta.
- (B) caricatura, resenha, crônica e entrevista.
- (C) caricatura, editorial, carta e artigo.
- (D) dossiê, perfil, enquete e cronologia.
- (E) comentário, editorial, resenha, reportagem.

41. Devido às mudanças trazidas pelo ambiente digital, o jornalista precisa aprimorar algumas rotinas tradicionais do trabalho. Considerando as novas formas de comunicação provenientes do avanço tecnológico e a atuação do assessor de imprensa na contemporaneidade, assinale a alternativa correta.

- (A) O release precisa ser multimídia. Além dos aspectos textuais, é importante contar com o apoio de fotos, vídeos, conteúdos de redes sociais e áudios.
- (B) Com a presença cada vez maior dos jornalistas nas redes sociais, a prática do follow-up se tornou defasada já que ligações telefônicas durante a jornada de trabalho podem tornar o assessor de imprensa inconveniente.
- (C) Não é recomendado o envio de pautas e a realização de contatos com jornalistas por meio de aplicativos como o WhatsApp.
- (D) O contato do assessor de imprensa com os jornalistas dos veículos de comunicação deve ser feito exclusivamente através de e-mail corporativo.
- (E) Não é recomendado que o assessor de comunicação segmente o envio de releases. É aconselhável que esse envio seja realizado para o maior número de contatos possíveis.

42. A estratégia desenvolvida pelas assessorias de comunicação para gerar valor, relacionamento e autoridade por meio da informação, blogs, sites e newsletters, captando a atenção da audiência e proporcionando uma experiência com a marca desde o primeiro contato denomina-se

- (A) E-commerce.
- (B) marketing de conteúdo.
- (C) corrida de resultados.
- (D) marketing social.
- (E) comunicação informacional externa.

43. O Diretor de Pesquisas do IBGE notou que os servidores de sua equipe estão desestimulados, o que está atrapalhando o cumprimento de metas do setor. Eles também desconhecem notícias importantes sobre o IBGE que são veiculadas na mídia e, devido à falta de comunicação interna, muitas vezes, realizam um serviço que já foi feito. Preocupado, o Diretor procurou a

assessoria de comunicação do Instituto e solicitou que fossem desenvolvidas estratégias para solucionar os problemas. Entre as estratégias que podem ser desenvolvidas pela assessoria, está

- (A) a orientação ao Diretor para que procure o departamento de Recursos Humanos do IBGE, que é o setor responsável pelo desempenho dos servidores e pelo engajamento destes no ambiente organizacional.
- (B) o desenvolvimento de marketing de conteúdo interno e de canais de comunicação capazes de incluir os servidores na cultura e nos objetivos do setor de pesquisas do IBGE, como criação de newsletter e de um e-mail ou um grupo de WhatsApp. Para isso, é preciso que a área de comunicação interna trabalhe lado a lado com o setor de recursos humanos e com os gestores.
- (C) a contratação de uma agência de publicidade para o desenvolvimento de uma campanha, com veiculação nas emissoras de rádio e televisão, que consiga transmitir ao grande público as iniciativas que o IBGE desenvolve para valorizar seus servidores.
- (D) o bloqueio do acesso dos servidores às redes sociais como Facebook e Instagram nos computadores do IBGE para que não haja conversas, posts inapropriados e estímulo a reclamações. Esse bloqueio permitirá maior foco nas rotinas produtivas do departamento de pesquisas.
- (E) Como estratégia prioritária, desenvolver um release informando à grande imprensa que o IBGE desenvolverá um sistema permanente de avaliação de seus funcionários como forma de combater o desestímulo no ambiente laboral e as baixas performances dos servidores.

44. As empresas privadas e até mesmo órgãos públicos têm adotado uma nova estratégia comunicacional que é baseada na criação e no compartilhamento de conteúdo voltado para um público-alvo específico com o objetivo de estabelecer um relacionamento duradouro. Em outras palavras, em vez de interromper os clientes em potencial, a ideia é atraí-los por meio de conteúdo relevante. Essa estratégia é denominada

- (A) Storytelling.
- (B) Marketing Digital.
- (C) Inbound Marketing.

- (D) Outbound Marketing.
- (E) B2C (do inglês, business to consumer).

45. São consideradas ferramentas de Inbound Marketing:

- (A) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e automação de e-mail-marketing.
- (B) SEO, flyers, outdoors, mala-direta.
- (C) propaganda em rádio e televisão, SEO, mala-direta, prospecção em empresas.
- (D) prospecção em empresas, telemarketing, análise de métricas, mala direta.
- (E) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e telemarketing.

46. A otimização para mecanismos de busca, conhecida também como SEO (do inglês Search Engine Optimization), é um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Essas otimizações visam alcançar bons rankings orgânicos, gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Sobre o uso e as estratégias de SEO, assinale a alternativa correta.

- (A) No buscador Google, os resultados pagos aparecem no fim da página, sinalizados por uma marcação verde com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (B) Os resultados pagos, também chamados de orgânicos, aparecem no topo da página, sinalizados por uma marcação amarela com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (C) SEO title é o título interno de um blog, aquele que o leitor verá quando já tiver acessado o seu conteúdo. Sua função é fazer com que o leitor que já acessou o post tenha ainda mais interesse em ler o conteúdo.
- (D) O tempo de permanência na página é um dos principais fatores de ranqueamento do Google. Quanto menos tempo o leitor permanece na página, com mais eficiência o Google interpreta que aquele conteúdo responde à dúvida da pessoa.
- (E) O tamanho influencia diretamente nos rankings do Google. A média de tamanho dos conteúdos que figuram nas primeiras posições é de aproximadamente 2.500 palavras. Isso porque o Google procura os conteúdos mais completos, que esclareçam as dúvidas dos leitores.

47. Realizar um planejamento para redes sociais é essencial para aproveitar todo o potencial que as mídias digitais podem oferecer para uma empresa ou órgão público. Considerando que você trabalha na Assessoria de Comunicação de uma empresa, assinale a alternativa que apresenta a estratégia adequada para produzir conteúdos e analisar resultados em redes sociais.

- (A) É importante estabelecer uma programação para as redes sociais com os dias da semana e o horário em que os posts vão ao ar. É recomendado que essa programação permaneça inalterada e seja cumprida conforme foi estabelecida.
- (B) Não é recomendado interagir, nas redes sociais, com as páginas de outras empresas e órgãos públicos do mesmo nicho do local onde você trabalha, já que isso pode fazer com que os seguidores de sua página migrem para as concorrentes.
- (C) Os influenciadores são uma das grandes tendências do momento. Trabalhar com esses profissionais pode ser um catalisador para sua popularidade. Mas lembre-se de tomar algumas precauções antes de aliar sua marca à imagem de uma pessoa.
- (D) Um post que obteve um resultado positivo no orgânico provavelmente não performará bem nos posts patrocinados.
- (E) KPI, do inglês, Key Performance Indicator, é sinônimo de métrica e significa o conjunto de fatores para medir se uma ação ou um conjunto de iniciativas estão efetivamente atendendo aos objetivos propostos pela organização.

48. Sobre o uso de siglas nos diversos formatos jornalísticos, assinale a alternativa correta.

- (A) Siglas com até três letras devem ser escritas em minúsculo.
- (B) Siglas cujas letras são soletradas são escritas em minúsculo.
- (C) Siglas pronunciáveis com mais de três letras devem ser escritas com todas as letras em maiúsculo.
- (D) Em siglas com formação mista, isto é, quando parte da sigla for soletrada e parte for pronunciada como palavra, as letras soletradas ficam em caixa alta e a parte que é pronunciável fica em caixa baixa.
- (E) Em relação ao gênero da sigla, deve-se observar a última palavra a partir da qual a sigla foi formada para saber se a concordância é com masculino ou feminino.

49. A Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (TRSI) tem como objetivo a criação de uma possível base para estabelecer um sistema de jornalismo ético, à medida que estabelece como princípio central que os jornalistas estão obrigados a ser responsáveis com o seu público. Essa teoria também traz algumas estratégias que podem garantir essa responsabilidade social e são chamadas de Meios para Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS). Assinale a alternativa que NÃO se classifica como MARS.

- (A) Estabelecimento de canais de comunicação com os leitores.
- (B) Criação de um colegiado representativo do público, formado por indivíduos de segmentos diversos da sociedade.
- (C) Colunas de Ombudsman/provedor dos leitores nos jornais.
- (D) Revistas especializadas em jornalismo e observatórios de imprensa.
- (E) Retirada dos editoriais nos jornais impressos e sites.

50. Qual é a técnica que consiste em extrair dados de sites e transportá-los para um formato mais simples e maleável para que possam ser analisados e cruzados com mais facilidade, sendo cada vez mais utilizada por jornalistas?

- (A) Outsourcing.
- (B) Data Scraping.
- (C) Downsizing.
- (D) Turnover.
- (E) Kaizen.

Raciocínio Lógico

51. Em um bairro de uma cidade existem 10 casas, numeradas de 1 a 10. Duas pessoas visitaram algumas dessas casas, para divulgação de um novo produto no mercado. Sabe-se que a primeira pessoa visitou as casas de número ímpar e a segunda visitou as casas cuja numeração era um número par e divisor de 8. Dessa forma, as casas que NÃO foram visitadas foram as que possuem as respectivas numerações iguais a

- (A) 2 e 10.
- (B) 4 e 10.
- (C) 6 e 10.
- (D) 2 e 8.
- (E) 4 e 8.

52. Sete candidatos a uma vaga em uma empresa (identificados pelas iniciais de seus nomes: A, B, C, D, E, F e G) foram convocados para uma dinâmica. Três desses candidatos já estavam previamente contratados, porém nenhum deles sabia desse fato. Havia ainda mais duas vagas para serem preenchidas. Para a primeira dinâmica proposta pela empresa, foi formado um grupo com cinco pessoas, sendo que os candidatos A e B não foram incluídos. Em seguida, foi formado um segundo grupo para participar da segunda dinâmica, também com cinco pessoas, sendo que os candidatos C e D não foram incluídos. Sabendo que os três candidatos previamente contratados fizeram parte dos dois grupos citados anteriormente, então as outras duas vagas poderão ser preenchidas pelos candidatos

- (A) A e F.
- (B) B e G.
- (C) C e B.

- (D) D e E.
(E) E e A.

53. Para obter a informação sobre a origem de seus funcionários, identificados pelo estado em que nasceram, uma empresa selecionou um grupo de funcionários. Após essa seleção, foi obtido que $\frac{1}{3}$ das pessoas eram do estado da Bahia, $\frac{3}{7}$ das pessoas eram do estado do Rio de Janeiro, $\frac{1}{9}$ das pessoas eram do estado do Paraná e o restante era do estado de Minas Gerais.

Dessa forma, a fração que representa a quantidade de pessoas originárias do estado do Rio de Janeiro em relação à quantidade de pessoas originárias do estado da Bahia é igual a

- (A) $\frac{9}{7}$.
(B) $\frac{1}{10}$.
(C) $\frac{4}{9}$.
(D) $\frac{9}{4}$.
(E) $\frac{4}{7}$.

54. No último recenseamento de um bairro em uma grande cidade, foram utilizadas folhas de sulfite, com um questionário impresso em cada folha, e canetas esferográficas para preencher os questionários, tal que foram utilizadas 1000 canetas e a quantidade de folhas de sulfite utilizada foi o quádruplo da quantidade de canetas. O custo de cada caneta foi de R\$ 2,00 e o custo de cada folha de sulfite foi de R\$ 0,10. Em um novo recenseamento nesse mesmo bairro, ficou estipulado que serão utilizados $\frac{1}{4}$ a menos de canetas e a metade de folhas de sulfite utilizadas no recenseamento anterior, mantido o custo de cada folha de sulfite, porém com um aumento de R\$ 0,05 no custo de cada caneta. Dessa forma, a economia no custo total para esse novo recenseamento será de

- (A) R\$ 1.122,75.
(B) R\$ 662,50.
(C) R\$ 507,45.
(D) R\$ 1.258,73.
(E) R\$ 362,25.

55. Duas competidoras irão fazer uma disputa particular em uma pista circular de atletismo, cujo comprimento total é de 600 metros. Por meio de medições em disputas anteriores, a corredora Alice corre a uma velocidade de 120 metros por minuto e a corredora Tereza corre a uma velocidade de 180 metros por minuto. Ambas correm no mesmo sentido da pista. Como Tereza é mais rápida que Alice, fica estipulado que Alice iniciará a corrida em um ponto da pista e Tereza somente entrará na competição no exato momento em que Alice passar novamente no ponto de partida, ou seja, quando ela completar 1 volta. Dado o início da prova, a quantidade de voltas completas que Tereza dará na pista até encontrar Alice no ponto de partida pela terceira vez será igual a

- (A) 15 voltas.
- (B) 6 voltas.
- (C) 9 voltas.
- (D) 3 voltas.
- (E) 12 voltas.

56. Se não é verdade que na próxima quinta-feira não haverá jogo de futebol e também não é verdade que no próximo domingo vai chover, então é correto afirmar que

- (A) na próxima quinta-feira não haverá jogo ou no próximo domingo vai chover.
- (B) se não houver jogo na próxima quinta-feira, então não vai chover no próximo domingo.
- (C) se chover no próximo domingo, então não haverá jogo na próxima quinta-feira.
- (D) ou na próxima quinta-feira haverá jogo ou no próximo domingo não vai chover.
- (E) haverá jogo na próxima quinta-feira e não vai chover no próximo domingo.

57. Comparando a agilidade de quatro rendeiras na confecção de uma toalha de mesa, sabe-se que Fabiana não é mais ágil que Paula, ou Claudia ou Larissa é a rendeira menos ágil entre as quatro, Larissa não é mais ágil do que Paula e é mais ágil do que duas outras rendeiras. Sabendo que a cada duas rendeiras as agilidades são sempre diferentes, é correto afirmar que

- (A) Paula é a rendeira menos ágil.
- (B) Larissa é mais ágil que Paula.
- (C) Fabiana é mais ágil que Larissa.
- (D) Paula é a rendeira mais ágil.
- (E) Claudia é a rendeira menos ágil.

58. Se não é verdade que, se o carro é um Fiesta, então sua cor não é azul, é correto afirmar que

- (A) o carro é um Fiesta e sua cor é azul.
- (B) ou o carro não é um Fiesta ou sua cor não é azul, nunca ambos.
- (C) se o carro é azul, então ele não é um Fiesta.
- (D) ou o carro é um Fiesta ou o carro é azul, nunca ambos.
- (E) o carro não é um Fiesta e sua cor não é azul.

59. O CNPq concede bolsas para a formação de recursos humanos no campo da pesquisa científica e tecnológica, em universidades, institutos de pesquisa, centros tecnológicos e de formação profissional, tanto no Brasil como no exterior. Confira alguns valores de bolsas no Brasil.

Tabela de Valores de Bolsas no Brasil

| Modalidade | Valor (R\$) |
|---------------------------------------|--------------------|
| Apoio Técnico à Pesquisa | 550,00 |
| Doutorado | 2.200,00 |
| Iniciação Científica | 400,00 |
| Iniciação Científica Júnior | 100,00 |
| Iniciação Tecnológica (PIBITI) | 400,00 |
| Mestrado | 1.500,00 |
| Pós-doutorado Sênior | 4.400,00 |
| Pós-doutorado Júnior | 4.100,00 |
| Pós-doutorado Empresarial | 4.100,00 |

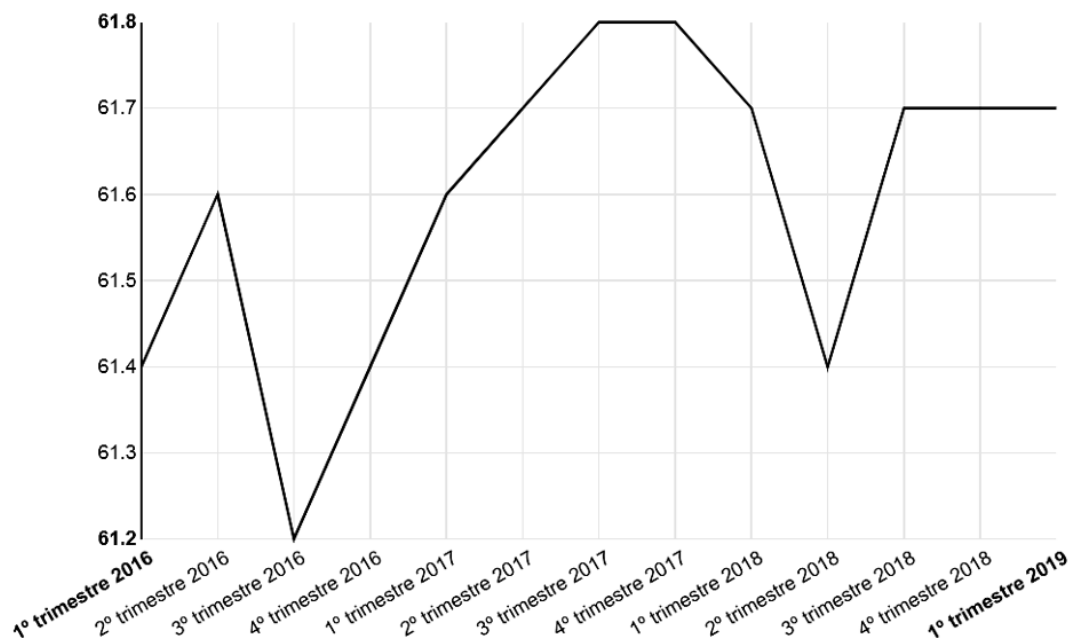
Público Alvo: Jovens de ensino médio e superior, em nível de pós-graduação, interessados em atuar na pesquisa científica, e especialistas para atuarem em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) nas empresas e centros tecnológicos. (Disponível em: <<http://cnpq.br/no-pais/>>. Acesso em 28 de junho de 2019).

Considerando os dados acima e sabendo que dois jovens foram contemplados, cada um com uma bolsa, tal que a soma dos valores das duas bolsas está entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00, então as duas bolsas concedidas foram de

- (A) Iniciação Científica Júnior e Pós-doutorado Sênior.
- (B) Iniciação Tecnológica (PIBITI) e Doutorado.
- (C) Iniciação Científica e Pós-doutorado Empresarial.
- (D) Mestrado e Doutorado.
- (E) Apoio Técnico à Pesquisa e Mestrado.

60. No site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Divulgação Trimestral - 1º trimestre 2019 (PNADC/T), foi divulgado o seguinte gráfico que indica a taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) – Brasil:

PNADC/T - Taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) - Brasil



(Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/home/pnadct>>. Acesso em: 28 de junho de 2019).

Pelas informações obtidas por meio desse gráfico, assinale a alternativa correta.

- (A) A menor taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 4º trimestre de 2017.
- (B) Do 1º trimestre de 2018 até o 2º trimestre do mesmo ano, houve um aumento na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
- (C) A maior taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 3º trimestre de 2016.
- (D) A taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade manteve-se constante entre o 3º e o 4º trimestre de 2017.
- (E) Do 1º trimestre de 2016 até o 1º trimestre de 2019, houve uma variação de 0,9 % na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.

.....
ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.
.....



FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

EDITAL DE PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO Nº02/2019

NÍVEL SUPERIOR

ANALISTA CENSITÁRIO

JORNALISMO

Nome do Candidato _____

Inscrição _____



COMPOSIÇÃO DO CADERNO

Língua Portuguesa 01 a 15

Conhecimentos Específicos 16 a 50

Raciocínio Lógico 51 a 60



INSTRUÇÕES

1. Confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição na Folha de Respostas. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração. Preencha os campos destinados à assinatura e ao número de inscrição. Qualquer divergência, comunique ao fiscal.
2. O único documento válido para avaliação é a Folha de Respostas. Só é permitido o uso de caneta esferográfica transparente de cor azul ou preta para o preenchimento da Folha de Respostas, que deve ser preenchida da seguinte maneira: ●
3. O prazo de realização da prova é de 4 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas. Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação, não podendo, no entanto, levar o Caderno de Questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas.
4. Ao término de sua prova, comunique ao fiscal, devolvendo-lhe a Folha de Respostas devidamente preenchida e assinada. O candidato somente poderá levar consigo o Caderno de Questões, ao final da prova, se sua saída ocorrer nos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário determinado para o término das provas.
5. Os 3 (três) últimos candidatos só poderão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do envelope de retorno.
6. As provas e os gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do Instituto AOCP - www.institutoaocp.org.br, no dia posterior à aplicação da prova.
7. O NÃO cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas incorrerá na eliminação do candidato.

PROVA

02

LEMBRE-SE DE MARCAR O NÚMERO
CORRESPONDENTE À SUA PROVA NA
FOLHA DE RESPOSTAS!

ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.

Língua Portuguesa

TEXTO I

O último paradoxo da vida moderna: por que ficamos presos ao celular, mas odiamos falar por telefone?

Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp

SILVIA LÓPEZ

Para iniciar um texto, Hemingway dizia a si mesmo: “Escreva a frase mais verdadeira que você conhece”. Neste caso, seria: a psicóloga Cristina Pérez, do Siquia, respondeu por meio de mensagens de áudio às perguntas que lhe enviamos por email. Essa curiosidade metajornalística não tem importância, não altera a qualidade de suas respostas, só ilustra a variedade e fluidez de opções com as quais podemos nos comunicar hoje. Recebemos um email? Respondemos com um áudio. Chegou um áudio de WhatsApp? Respondemos com um texto. Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: “Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever”. O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.

A ligação telefônica – que, até não muito tempo atrás, esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal – se tornou uma presença intrusiva e incômoda, perturbadora e tirânica, mas por quê? “Uma das razões é que quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo que estávamos fazendo, ou simplesmente não temos vontade de falar nesse momento”, explica a psicóloga Cristina Pérez. “Por outro lado, também exige de nós uma resposta imediata, ao contrário do que ocorre na comunicação escrita, que nos permite pensar bem no que queremos dizer. E a terceira razão seria o fato de não poder saber de antemão qual será a duração do telefonema”, acrescenta.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/01/tecnologia/1559392400_168692.html>. Acesso em: 25 jun. 2019

As questões de 1 a 10 se referem ao texto I.

1. De acordo com o texto, é correto afirmar que

- (A) a autora seguiu o conselho de Hemingway.
- (B) a curiosidade metajornalística citada pela autora não tem importância para a temática do texto.
- (C) não há resposta para a pergunta presente no título.
- (D) a ligação telefônica está presente na vida das pessoas.
- (E) respondemos e-mails com áudios porque nos comunicamos melhor oralmente do que pela escrita.

2. No segundo parágrafo do texto, a informação entre travessões

- (A) descreve três atitudes negativas em relação à ligação telefônica.
- (B) é constituída por três ações que se excluem mutuamente.
- (C) é constituída por verbos que não requerem um complemento.
- (D) restringe o sentido do termo “ligação telefônica”.
- (E) completa o sentido do termo “ligação telefônica”.

3. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.”.

- (A) O paradoxo do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas.
- (B) A incoerência do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas ficarmos doentes sem as ligações telefônicas.
- (C) No século XXI, é contraditório estar preso ao celular por ter medo das ligações telefônicas.

- (D) Temos medo das ligações telefônicas porque estamos presos ao celular; esse é o paradoxo do grande vício do século XXI.
- (E) Estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas é a incoerência do grande vício do século vigente.

4. Assinale a alternativa em que a expressão em destaque NÃO indica circunstância de tempo, NÃO sendo, portanto, um adjunto adverbial de tempo ou uma oração subordinada adverbial temporal.

- (A) “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular [...]”.
- (B) “[...] quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo [...]”.
- (C) “[...] simplesmente não temos vontade de falar nesse momento [...]”.
- (D) “[...] saber de antemão qual será a duração do telefonema [...]”.
- (E) “[...] opções com as quais podemos nos comunicar hoje.”.

5. Qual é a relação de sentido estabelecida no excerto “Não posso falar, é melhor me escrever”?

- (A) Contraste.
- (B) Causalidade.
- (C) Adição.
- (D) Conformidade.
- (E) Finalidade.

6. Em “[...] esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal.”,

- (A) há uma relação de oposição entre esperar com alegria e tolerar com resignação.
- (B) a acentuação de “esperávamos”, “tolerávamos” e “evitávamos” se deve ao fato de serem verbos.
- (C) não é possível identificar os sujeitos dos verbos presentes no excerto.
- (D) todos os verbos apresentam o mesmo sujeito e estão no mesmo modo.
- (E) o uso da vírgula é facultativo.

7. É um sinônimo da palavra “ligação” o vocábulo

- (A) “email”.
- (B) “telefone”.
- (C) “telefonema”.
- (D) “celular”.
- (E) “áudio de WhatsApp”.

8. A repetição de “esperamos”, em “Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: [...]”,

- (A) indica que o retorno é dado depois de um tempo considerável após a ligação.
- (B) indica que o retorno é dado imediatamente após a ligação.
- (C) não dá nenhum indício sobre o tempo transcorrido até o retorno.
- (D) deveria ser eliminada, pois se trata de um problema de coesão.
- (E) enfatiza a pouca frequência com que se recebem telefonemas.

9. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “[...] ‘Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever’.”.

- (A) Você ligou-me? Não posso falar, é melhor eu escrever.
- (B) Ligastes para mim? Não posso falar, escreve a mim que és melhor.
- (C) Me ligou? Não posso falar, escrever é melhor para mim.
- (D) Você ligou para mim? Não posso falar, é melhor que me escreva.
- (E) Me ligou? Não posso falar, me escreve que é melhor.

10. Em relação ao excerto “Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp”, é correto afirmar que

- (A) ele é um conselho para as pessoas não receberem ligações rápidas.
- (B) a palavra “rápida” caracteriza “ligação” enquanto as palavras “longa”, “confusa” e “série” caracterizam “mensagens”.
- (C) ele é irônico, pois o conteúdo que se pretende veicular possui o significado contrário daquilo que é posto.
- (D) ele está no modo imperativo, indicando um pedido para que as pessoas não diminuam o uso de WhatsApp.
- (E) a palavra “série” está sendo utilizada com o mesmo significado que na frase: “A antiga 5ª série equivale hoje ao 6º ano”.

TEXTO II

Você é o que você se diz: a ciência do diálogo interno

PILAR JERICÓ

Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior. A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade de enfrentar as dificuldades e determina a tomada de decisões. A autoafirmação, ou pensar coisas positivas sobre nós mesmos, é uma ferramenta muito útil para reforçar a autoestima. Entretanto, não vale qualquer comentário. Já ficou comprovado que frases como “aguento tudo” ou “sou uma pessoa superagradável” não ajudam muito. Quem as expressa não está realmente convencido disso, então essas expressões podem ter efeito contrário. A ciência do diálogo interior nos dá pistas sobre as técnicas que tornam nossas autoafirmações eficazes: devemos imaginar futuras situações agradáveis e nos tratar na segunda pessoa.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/05/ciencia/1557083642_455016.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.

As questões de 11 a 15 se referem ao texto II.

- 11. Em “Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior.”, a relação de sentido que se estabelece é de**
- (A) condição.
 - (B) tempo.
 - (C) conclusão.
 - (D) concessão.
 - (E) contraste.
- 12. Em “A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade [...]”, o termo em destaque poderia ser substituído adequadamente por**
- (A) “que”.
 - (B) “cuja”.
 - (C) “onde”.
 - (D) “para qual”.
 - (E) “pela qual”.

- 13. Assinale a alternativa em que a palavra formada, assim como “autoafirmação” e “superagradável”, é grafada sem hífen.**
- (A) auto + hipnose.
 - (B) auto + observação.
 - (C) super + herói.
 - (D) super + requintado.
 - (E) super + salário.
- 14. De acordo com o texto, é correto afirmar que**
- (A) conversar consigo mesmo pode combater a depressão.
 - (B) a imaginação é importante no processo de melhora da autoestima.
 - (C) as pessoas que não conversam com elas mesmas não têm autoestima.
 - (D) falar consigo mesmo na primeira pessoa não ajuda porque isso não reflete como as outras pessoas falam conosco.
 - (E) o diálogo interior só é possível a partir de um diálogo exterior, no qual está presente uma segunda pessoa.
- 15. Assinale a alternativa que apresenta um exemplo de tratamento na segunda pessoa do singular.**
- (A) Eu sou capaz de vencer meus desafios.
 - (B) Juntos, nós podemos transformar o mundo.
 - (C) Você é forte para superar os obstáculos da vida.
 - (D) As pessoas não vão abalar minha autoconfiança.
 - (E) Sempre é possível evoluir como ser humano.

Conhecimentos Específicos

16. Sobre a teoria da Folkcomunicação, é correto afirmar que

- (A) é uma teoria desenvolvida pelo jamaicano Stuart Hall enquanto dirigiu o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea, na Inglaterra, de 1968 até 1969.
- (B) novelas, filmes exibidos no cinema, programas de rádio e reportagens publicadas em jornais impressos são exemplos de Folkcomunicação.
- (C) é considerada a primeira teoria genuinamente brasileira de comunicação e foi desenvolvida a partir dos estudos do professor e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão.
- (D) é uma teoria que tem o objetivo de estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa, como a televisão e o rádio, na sociedade.
- (E) almanaques, calendários, festas populares, literatura de cordel e demais expressões de grupos marginalizados não podem ser considerados exemplos de Folkcomunicação.

17. A teoria crítica, historicamente identificada como Escola de Frankfurt, reúne os primeiros trabalhos sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto da crítica ao capitalismo. Os pensadores desse panorama defendiam que toda a vida do indivíduo está programada, inclusive seu tempo livre, para a lógica de mercado e que as manifestações culturais e artísticas perderam sua essência e não passam de produtos de consumo. Considerando a Escola de Frankfurt, essas ideias resumem o principal conceito desenvolvido por seus pesquisadores, que é denominado

- (A) Entropia.
- (B) Indústria Cultural.
- (C) Espiral do Silêncio.
- (D) Imperialismo.
- (E) Racionalidade Tecnológica.

18. Sobre os princípios de edição que devem ser observados em telejornalismo, assinale a alternativa correta.

- (A) Nos geradores de caracteres, utiliza-se caixa alta (letras todas em maiúsculo) para identificar o nome dos entrevistados, do cinegrafista e do repórter e caixa baixa (letras todas em minúsculo) para identificar a profissão de cada um.
- (B) A fonte utilizada no gerador de caracteres deve ser chamativa, lúdica, de preferência com várias curvas, já que isso facilita a leitura das informações por parte do telespectador. Comic Sans e Times New Roman são fontes adequadas para a utilização nos GCs (geradores de caracteres) de telejornais diários.
- (C) Recursos gráficos como mapas, estatísticas, quadros e demais recursos de computação gráfica devem ser utilizados em último caso, pois poluem a reportagem e podem confundir o telespectador.
- (D) Um áudio ruim não pode ser usado mesmo se for de grande importância para a reportagem.
- (E) É importante repetir na sonora a informação do texto narrado em off, pois isso fará com que o telespectador fixe com maior facilidade a mensagem contida na reportagem.

19. O telejornalismo é composto por várias etapas. Essas etapas são dependentes entre si. Considerando o exposto, qual é sequência necessária para que um telejornal entre no ar?

- (A) Reportagem, decupagem, produção, edição, apresentação.
- (B) Produção, reportagem, decupagem, edição, apresentação.
- (C) Produção, decupagem, reportagem, apresentação, edição.
- (D) Produção, edição, reportagem, decupagem, apresentação.
- (E) Edição, reportagem, produção, decupagem, apresentação.

20. O jornalismo para TV, também conhecido como telejornalismo, reúne uma série de características como concisão do texto, linguagem objetiva, relação de não concorrência entre texto e imagem, entre outras. A área também possui um vocabulário próprio que é utilizado no cotidiano das redações por profissionais da área. Considerando a terminologia em telejornalismo, relacione as colunas e assinale a alternativa com a sequência correta.

1. Escalada.
2. Espelho.
3. Texto em Off.
4. Passagem.
5. Sonora.

- () Texto gravado pelo repórter – normalmente após a finalização da matéria na rua. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.
- () Manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição.
- () Fala do entrevistado na matéria.
- () Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas na matéria. É o momento em que o repórter aparece no vídeo para destacar um aspecto da reportagem.
- () Cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

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

21. O Estado democrático de direito tem o dever de prestar contas à sociedade e interagir com todos os seus segmentos e o canal mais eficaz para que isso aconteça é a mídia jornalística. Assim, o jornalista que atua como assessor de imprensa em órgãos públicos deve se guiar pelo princípio de que os cidadãos têm o direito de saber o que ocorre nas repartições, secretarias, ministérios e demais órgãos que integram o setor público. Com base no exposto, assinale a alternativa que NÃO se inclui nas atribuições desse profissional.

- (A) O atendimento adequado às necessidades de toda a imprensa quanto a notícias de utilidade e interesse da sociedade.
- (B) A mediação entre as empresas privadas, organizações da sociedade e mídia jornalística com o órgão público em que trabalha, fornecendo as informações necessárias e facilitando o acesso a dados e serviços públicos.
- (C) A apuração e a distribuição de informações de interesse da sociedade normalmente não cobertas pelos veículos de comunicação, inclusive os de grande porte.
- (D) A interação nas mídias sociais, que é imprescindível na comunicação atual do setor público.
- (E) A seleção de veículos de comunicação que registram maior audiência para o fornecimento de pautas exclusivas.

22. A internet e as redes sociais conferiram aos cidadãos um infinito poder de comunicação e provocaram a queda da barreira entre emissor e receptor que até então existia. Assim, os indivíduos, na contemporaneidade, também são comunicadores e estão cada vez mais exigentes em relação ao trabalho que é desenvolvido por jornalistas. As ferramentas tecnológicas possibilitaram o desenvolvimento de uma forma de comunicação mais próxima da sociedade e, por isso, encontram-se cada vez mais presentes nas rotinas produtivas das assessorias de imprensa. Sobre o uso das redes sociais nesse setor, assinale a alternativa correta.

- (A) Com o avanço das redes sociais, houve uma perceptível queda no número de aparelhos de rádio e televisão nas residências brasileiras, já que hoje 90% da população nacional possui acesso à internet. Por isso, os assessores de imprensa devem privilegiar a divulgação de dados e informações no ambiente virtual.
- (B) A interação nas redes sociais exige mobilização permanente por parte da assessoria de imprensa, com respostas em tempo real às críticas e pedidos de informação e esclarecimentos sobre quaisquer tipos de consulta, já que o ineditismo é a essência dessas novas ferramentas.

- (C) Como a rotina de um assessor de imprensa é repleta de compromissos e atividades, deve-se privilegiar algumas estratégias para a obtenção de resultados eficazes. Assim, quando o tempo é escasso, é preferível abastecer as redes sociais com conteúdo do que realizar o follow-up com os veículos de comunicação.
- (D) A utilização das redes sociais pelas assessorias de imprensa tornou o processo de envio de informações sobre o assessorado ao público instantâneo, o que diminuiu a necessidade de realizar coletivas de imprensa com veículos de comunicação já que os jornalistas conseguem material para as reportagens por meio do conteúdo on-line disponibilizado.
- (E) Para que haja engajamento, os textos de posts nas redes sociais devem ter o formato de uma reportagem jornalística, trazendo ao leitor informações não apenas sobre o fato principal, como também sobre os correlatos. Assim, o ideal é que o texto tenha mais de 400 palavras, o que equivale a uma página de programas processadores de texto.
- 23. Sobre o uso de hashtags em posts de redes sociais, assinale a alternativa correta.**
- (A) Hashtags funcionam como um indexador de assuntos nas redes sociais, portanto, é necessário verificar quais seriam as mais adequadas para o post, ou seja, as mais populares para o tema que será adotado em seu conteúdo.
- (B) Utilizar hashtags que informam o local ou a cidade onde determinado produto ou serviço é desenvolvido pode prejudicar o engajamento com o post, já que a divulgação de localização impede que o conteúdo circule em escala nacional ou global, restringindo-se apenas à realidade local.
- (C) É possível e recomendado utilizar mais de uma hashtag ao final de um post, desde que seus conteúdos e significados não estejam relacionados.
- (D) O uso de hashtags no Instagram é dispensável para que ocorra a conexão e o engajamento da empresa ou órgão público com seu público alvo. Uma boa fotografia e uma legenda criativa são capazes de indexar o conteúdo nas ferramentas de busca.
- (E) Hashtags são feitas para que o seu público alvo encontre mais facilmente as suas mensagens, por isso é recomendado utilizar o máximo delas permitido por cada rede social. No Instagram, por exemplo, o usuário pode utilizar até trinta hashtags em cada post.
- 24. A lista que contém informações sobre jornalistas, como endereço de e-mail, telefone, nome, veículo de atuação e editoria em que trabalha, e que é utilizada para disparar releases e outros assuntos simultaneamente é chamada de**
- (A) media training.
- (B) follow-up.
- (C) mailing.
- (D) cerimonial.
- (E) email marketing.

25. A Lei nº 12.527/2011, também conhecida como Lei de Acesso à Informação, regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades. Sobre a LAI, assinale a alternativa correta.

- (A) A Lei deve ser cumprida pelos órgãos da administração pública direta. Os órgãos e entidades da administração pública indireta ficam dispensados da observância da LAI, pois possuem regras e princípios próprios da administração privada.
- (B) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação. Nesse caso, a publicidade a que estão submetidas refere-se à parcela dos recursos recebidos e à sua destinação.
- (C) Os Tribunais de Contas, Ministério Público e órgãos integrantes do Poder Judiciário, como o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça, não são obrigados a cumprir a Lei de Acesso à Informação já que possuem legislações independentes que protegem a divulgação de todas as decisões, conteúdos jurídicos e relação de despesas. O objetivo é garantir a eficiência e a imparcialidade do trabalho desenvolvido por esses órgãos.
- (D) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, não estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação.
- (E) A LAI deve ser cumprida pelos órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, Judiciário e Ministério Público, pelas autarquias e pelas fundações públicas. As empresas públicas, sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios não estão sujeitas ao cumprimento da LAI.

26. No que se refere às regras para obtenção de informação por meio da Lei de Acesso à Informação, assinale a alternativa correta.

- (A) Qualquer interessado, pessoa física ou jurídica, poderá apresentar pedido de acesso a informações aos órgãos e entidades públicas, por qualquer meio legítimo, devendo o pedido conter a identificação do requerente e a especificação da informação requerida.
- (B) Apenas pessoas físicas podem requerer o acesso a informações por meio da Lei de Acesso à Informação. Não é necessário apresentar o motivo do pedido.
- (C) Além da identificação e especificação da informação requerida, o requerente, pessoa física ou jurídica, precisa dizer por que e para que deseja a informação.
- (D) Quando não for autorizado o acesso por se tratar de informação total ou parcialmente sigilosa, não haverá possibilidade de recurso por parte do requerente e o pedido será arquivado.
- (E) O requerente não tem direito a obter o inteiro teor de decisão de negativa de acesso à informação, por certidão ou cópia.

27. Para garantir a efetividade do acesso à informação pública, a legislação sobre direito à informação (Lei nº 12.527/2011) observa um conjunto de padrões estabelecidos com base nos melhores critérios e práticas internacionais. Dentre esses princípios, destaca-se que

- (A) acesso é a regra, o sigilo, a exceção.
- (B) é preciso que o requerente justifique por que e para que deseja a informação.
- (C) a definição do sigilo de informações é um ato discricionário, ou seja, a autoridade requerida é quem decide, a cada caso, se é possível atender ao pedido do requerente ou não.
- (D) as informações só serão transmitidas ao requerente após o pagamento do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF). As arrecadações dos pedidos da LAI são revertidas ao Fundo de Modernização do Poder Judiciário da União.

- (E) como grande parte dos órgãos da administração pública direta e indireta apresentam uma pequena quantidade de servidores públicos, a forma encontrada pela LAI para não sobrecarregar as rotinas produtivas de trabalho é que a divulgação das informações ocorra apenas de maneira passiva e não ativa. Assim, os servidores agem apenas quando provocados.
- 28. Os sítios na Internet dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta deverão, em cumprimento às normas estabelecidas pela Lei de Acesso à Informação, atender aos seguintes requisitos, EXCETO**
- (A) conter formulário para pedido de acesso à informação.
- (B) conter ferramenta de pesquisa de conteúdo que permita o acesso à informação de forma objetiva, transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.
- (C) garantir a acessibilidade de conteúdo para pessoas com deficiência.
- (D) garantir autenticidade e integridade das informações disponíveis para acesso.
- (E) garantir que o requerente não possa se comunicar por telefone ou cartas com o órgão público, já que a LAI defende que todos os pedidos e comunicações devem ser realizados por meio eletrônico.
- 29. Para a classificação da informação em grau de sigilo, deverá ser observado o interesse público da informação e utilizado o critério menos restritivo possível, considerando a gravidade do risco ou dano à segurança da sociedade e do Estado e o prazo máximo de classificação em grau de sigilo ou o evento que defina seu termo final. Considerando o que a LAI (Lei nº 12.527/2011) versa sobre os prazos máximos de classificação, assinale a alternativa correta.**
- (A) Grau reservado: três anos.
- (B) Grau reservado: dez anos.
- (C) Grau reservado: cinco anos.
- (D) Grau reservado: quinze anos.
- (E) Grau reservado: vinte e cinco anos.
- 30. Os Estados Unidos é considerado o país pioneiro no exercício de assessoria de imprensa, pois, em 1906, um jornalista que atuava em Nova Iorque decidiu abandonar o ofício para abrir o primeiro escritório de Relações Públicas de que se tem notícia. O profissional havia sido contratado pelo empresário John Rockefeller para recuperar sua credibilidade e imagem que estavam desgastadas devido ao tratamento inadequado dispensado aos grevistas de suas empresas e as acusações de monopólio no setor de combustíveis. Quem é esse jornalista precursor na assessoria de imprensa?**
- (A) Orson Welles.
- (B) Ivy Lee.
- (C) William Stead.
- (D) Robert Ezra Park.
- (E) Alton Parker.
- 31. Um jornalista trabalha como repórter de televisão em uma emissora durante o período matutino e como assessor de imprensa do IBGE na mesma cidade à tarde. Acerca dessa situação, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece que**
- (A) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor, sem necessidade de comunicação a chefia.
- (B) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, tanto nas instituições públicas como nas privadas, desde que ele comunique ao seu chefe.
- (C) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições privadas onde eventualmente seja assessor.
- (D) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições públicas onde eventualmente seja assessor.
- (E) o jornalista não pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor.

32. As assessorias de imprensa, principalmente no setor público, são as responsáveis pelo gerenciamento de crises e pela preservação e recuperação da imagem de uma empresa privada ou órgão público e de seus representantes. Carlos, chefe de setor de um órgão público, foi falsamente acusado de corrupção ativa e lavagem de dinheiro por um jornal impresso de uma cidade do interior. Entre as estratégias corretas para gerenciar a crise, está

- (A) a recusa aos pedidos de entrevistas e esclarecimentos por parte de outros veículos de comunicação, privilegiando o silêncio à alimentação do noticiário.
- (B) a interação com mídias estaduais e nacionais com o objetivo de contrapor, com mais peso, as informações falaciosas ou inverídicas que foram veiculadas pelo jornal impresso local.
- (C) a ausência de nota resposta ao veículo que publicou a matéria falaciosa como forma de advertência pelo erro cometido.
- (D) a publicação de conteúdos diversos nas redes sociais do órgão ao qual o agente público está vinculado como forma de encobrir a veiculação das notícias falsas e orientar a atenção do público para outras questões.
- (E) a ocultação do jornal que publicou as informações falaciosas de toda a equipe que trabalha com o agente vítima da falsa acusação, já que os colegas podem acreditar no que foi publicado, o que atingirá a credibilidade do chefe e a eficiência do setor.

33. O IBGE se prepara para divulgar o Rendimento Domiciliar per capita (RDPC) e o Coeficiente de Desequilíbrio Regional (CDR) referentes ao ano de 2018 para as Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Os dados foram obtidos com base nas informações obtidas na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. Para que essa pesquisa, obtenha bons índices de mídia espontânea, ou seja, publicações gratuitas pelos veículos de comunicação, é necessário que o assessor de imprensa

- (A) desenvolva um único modelo de release com as principais informações sobre a pesquisa e envie para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão, rádio, sites e jornais impressos. A padronização do release

confere maior credibilidade à assessoria de imprensa e torna a rotina produtiva mais eficiente.

- (B) desenvolva um modelo de release para cada área midiática. Assim é recomendado, por exemplo, enviar para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão um release que siga o modelo de uma pauta e contenha sugestões de imagens e de entrevistados.
- (C) não realize o *follow-up*, já que as ligações desse profissional para os jornalistas no meio do expediente podem, ao invés de garantir espaço para a pesquisa nos meios de comunicação, irritar os profissionais, fazendo com que eles privilegiem pautas de outros assessores.
- (D) privilegie os meios de comunicação de massa tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, em vez daqueles provenientes da revolução tecnológica, como blogs, sites, perfis em redes sociais e portais do terceiro setor. Os veículos classificados como "off" garantirão resultados mais eficazes a esse tipo de notícia.
- (E) convença o setor responsável a investir recursos financeiros na contratação de outdoors, busdoors, spots de rádio e propagandas na televisão sobre os resultados da pesquisa, pois é difícil que haja engajamento da sociedade apenas com a divulgação por mídia espontânea.

34. Assinale a alternativa que NÃO apresenta uma das funções desenvolvidas pela assessoria de imprensa.

- (A) Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits.
- (B) Relacionamento formal e informal com os produtores, repórteres e editores da mídia.
- (C) Acompanhamento de entrevistas de suas fontes e organização de coletivas.
- (D) Participação na definição de estratégias de comunicação.
- (E) Desenvolvimento de software de aplicativos temáticos.

35. Entrevistas à imprensa precisam ser preparadas quando a empresa ou instituição tem algum fato a comunicar à opinião pública. O processo de treinamento dos porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em encontros de relacionamento, denomina-se

- (A) key messages.
- (B) voice recording.
- (C) try to speaking.
- (D) media training.
- (E) leader coaching.

36. O documento que traz a ordem das reportagens em um telejornal e que prevê a entrada de repórteres ao vivo, entrevistas em estúdio, divisão dos blocos, intervalos e encerramento do jornal é chamado de

- (A) sequência.
- (B) retranca.
- (C) espelho.
- (D) lauda.
- (E) escalada.

37. Analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta as corretas. No texto para telejornal, que inclui a redação de textos em off, notas cobertas, nota-pé e cabeças, para se garantir comunicação eficaz com o telespectador, deve-se

- I. evitar as frases curtas.
- II. fazer uso de adjetivos.
- III. adotar a ordem direta na construção das orações.
- IV. evitar a repetição de informações.
- V. separar cada ideia em uma frase.

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

38. Entrevista é a técnica de obter matérias de interesse jornalístico por meio de perguntas e respostas, sendo um dos instrumentos de pesquisa do repórter. Considerando as técnicas de entrevista, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- () Perguntas frouxas e equivocadas pressupõem respostas do mesmo teor. A inteligência das questões e a descoberta do mote correto podem transformar conversas aparentemente inócuas em grandes depoimentos.
- () É importante que o entrevistador seja o condutor da entrevista. Ele só estará no comando se estiver bem informado e bem preparado.
- () Em entrevistas com autoridades políticas, o improviso do repórter pode ser um grande aliado. O entrevistado ficará mais à vontade para responder às perguntas se perceber que o repórter não domina o assunto.
- () É fundamental que a primeira pergunta ao entrevistado seja a pergunta-chave da entrevista, pois, caso seja deixada para o final, o repórter poderá se esquecer de fazê-la ou o entrevistado poderá negar-se a responder.
- () É recomendado que o repórter grave ou anote as palavras-chave da entrevista, já que muitas declarações envolvem números ou nomes de difícil entendimento.

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

39. São considerados gêneros jornalísticos opinativos:

- (A) caricatura, crônica, roteiro e carta.
- (B) caricatura, resenha, crônica e entrevista.
- (C) caricatura, editorial, carta e artigo.
- (D) dossiê, perfil, enquete e cronologia.
- (E) comentário, editorial, resenha, reportagem.

40. Devido às mudanças trazidas pelo ambiente digital, o jornalista precisa aprimorar algumas rotinas tradicionais do trabalho. Considerando as novas formas de comunicação provenientes do avanço tecnológico e a atuação do assessor de imprensa na contemporaneidade, assinale a alternativa correta.

- (A) O release precisa ser multimídia. Além dos aspectos textuais, é importante contar com o apoio de fotos, vídeos, conteúdos de redes sociais e áudios.
- (B) Com a presença cada vez maior dos jornalistas nas redes sociais, a prática do follow-up se tornou defasada já que ligações telefônicas durante a jornada de trabalho podem tornar o assessor de imprensa inconveniente.
- (C) Não é recomendado o envio de pautas e a realização de contatos com jornalistas por meio de aplicativos como o WhatsApp.
- (D) O contato do assessor de imprensa com os jornalistas dos veículos de comunicação deve ser feito exclusivamente através de e-mail corporativo.
- (E) Não é recomendado que o assessor de comunicação segmente o envio de releases. É aconselhável que esse envio seja realizado para o maior número de contatos possíveis.

41. A estratégia desenvolvida pelas assessorias de comunicação para gerar valor, relacionamento e autoridade por meio da informação, blogs, sites e newsletters, captando a atenção da audiência e proporcionando uma experiência com a marca desde o primeiro contato denomina-se

- (A) E-commerce.
- (B) marketing de conteúdo.
- (C) corrida de resultados.
- (D) marketing social.
- (E) comunicação informacional externa.

42. O Diretor de Pesquisas do IBGE notou que os servidores de sua equipe estão desestimulados, o que está atrapalhando o cumprimento de metas do setor. Eles também desconhecem notícias importantes sobre o IBGE que são veiculadas na mídia e, devido à falta de comunicação interna, muitas vezes, realizam um serviço que já foi feito. Preocupado, o Diretor procurou a

assessoria de comunicação do Instituto e solicitou que fossem desenvolvidas estratégias para solucionar os problemas. Entre as estratégias que podem ser desenvolvidas pela assessoria, está

- (A) a orientação ao Diretor para que procure o departamento de Recursos Humanos do IBGE, que é o setor responsável pelo desempenho dos servidores e pelo engajamento destes no ambiente organizacional.
- (B) o desenvolvimento de marketing de conteúdo interno e de canais de comunicação capazes de incluir os servidores na cultura e nos objetivos do setor de pesquisas do IBGE, como criação de newsletter e de um e-mail ou um grupo de WhatsApp. Para isso, é preciso que a área de comunicação interna trabalhe lado a lado com o setor de recursos humanos e com os gestores.
- (C) a contratação de uma agência de publicidade para o desenvolvimento de uma campanha, com veiculação nas emissoras de rádio e televisão, que consiga transmitir ao grande público as iniciativas que o IBGE desenvolve para valorizar seus servidores.
- (D) o bloqueio do acesso dos servidores às redes sociais como Facebook e Instagram nos computadores do IBGE para que não haja conversas, posts inapropriados e estímulo a reclamações. Esse bloqueio permitirá maior foco nas rotinas produtivas do departamento de pesquisas.
- (E) Como estratégia prioritária, desenvolver um release informando à grande imprensa que o IBGE desenvolverá um sistema permanente de avaliação de seus funcionários como forma de combater o desestímulo no ambiente laboral e as baixas performances dos servidores.

43. As empresas privadas e até mesmo órgãos públicos têm adotado uma nova estratégia comunicacional que é baseada na criação e no compartilhamento de conteúdo voltado para um público-alvo específico com o objetivo de estabelecer um relacionamento duradouro. Em outras palavras, em vez de interromper os clientes em potencial, a ideia é atraí-los por meio de conteúdo relevante. Essa estratégia é denominada

- (A) Storytelling.
- (B) Marketing Digital.

- (C) Inbound Marketing.
- (D) Outbound Marketing.
- (E) B2C (do inglês, business to consumer).

44. São consideradas ferramentas de Inbound Marketing:

- (A) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e automação de e-mail-marketing.
- (B) SEO, flyers, outdoors, mala-direta.
- (C) propaganda em rádio e televisão, SEO, mala-direta, prospecção em empresas.
- (D) prospecção em empresas, telemarketing, análise de métricas, mala direta.
- (E) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e telemarketing.

45. A otimização para mecanismos de busca, conhecida também como SEO (do inglês Search Engine Optimization), é um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Essas otimizações visam alcançar bons rankings orgânicos, gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Sobre o uso e as estratégias de SEO, assinale a alternativa correta.

- (A) No buscador Google, os resultados pagos aparecem no fim da página, sinalizados por uma marcação verde com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (B) Os resultados pagos, também chamados de orgânicos, aparecem no topo da página, sinalizados por uma marcação amarela com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (C) SEO title é o título interno de um blog, aquele que o leitor verá quando já tiver acessado o seu conteúdo. Sua função é fazer com que o leitor que já acessou o post tenha ainda mais interesse em ler o conteúdo.
- (D) O tempo de permanência na página é um dos principais fatores de ranqueamento do Google. Quanto menos tempo o leitor permanece na página, com mais eficiência o Google interpreta que aquele conteúdo responde à dúvida da pessoa.

- (E) O tamanho influencia diretamente nos rankings do Google. A média de tamanho dos conteúdos que figuram nas primeiras posições é de aproximadamente 2.500 palavras. Isso porque o Google procura os conteúdos mais completos, que esclareçam as dúvidas dos leitores.

46. Realizar um planejamento para redes sociais é essencial para aproveitar todo o potencial que as mídias digitais podem oferecer para uma empresa ou órgão público. Considerando que você trabalha na Assessoria de Comunicação de uma empresa, assinale a alternativa que apresenta a estratégia adequada para produzir conteúdos e analisar resultados em redes sociais.

- (A) É importante estabelecer uma programação para as redes sociais com os dias da semana e o horário em que os posts vão ao ar. É recomendado que essa programação permaneça inalterada e seja cumprida conforme foi estabelecida.
- (B) Não é recomendado interagir, nas redes sociais, com as páginas de outras empresas e órgãos públicos do mesmo nicho do local onde você trabalha, já que isso pode fazer com que os seguidores de sua página migrem para as concorrentes.
- (C) Os influenciadores são uma das grandes tendências do momento. Trabalhar com esses profissionais pode ser um catalisador para sua popularidade. Mas lembre-se de tomar algumas precauções antes de aliar sua marca à imagem de uma pessoa.
- (D) Um post que obteve um resultado positivo no orgânico provavelmente não performará bem nos posts patrocinados.
- (E) KPI, do inglês, Key Performance Indicator, é sinônimo de métrica e significa o conjunto de fatores para medir se uma ação ou um conjunto de iniciativas estão efetivamente atendendo aos objetivos propostos pela organização.

47. Sobre o uso de siglas nos diversos formatos jornalísticos, assinale a alternativa correta.

- (A) Siglas com até três letras devem ser escritas em minúsculo.
- (B) Siglas cujas letras são soletradas são escritas em minúsculo.
- (C) Siglas pronunciáveis com mais de três letras devem ser escritas com todas as letras em maiúsculo.
- (D) Em siglas com formação mista, isto é, quando parte da sigla for soletrada e parte for pronunciada como palavra, as letras soletradas ficam em caixa alta e a parte que é pronunciável fica em caixa baixa.
- (E) Em relação ao gênero da sigla, deve-se observar a última palavra a partir da qual a sigla foi formada para saber se a concordância é com masculino ou feminino.

48. A Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (TRSI) tem como objetivo a criação de uma possível base para estabelecer um sistema de jornalismo ético, à medida que estabelece como princípio central que os jornalistas estão obrigados a ser responsáveis com o seu público. Essa teoria também traz algumas estratégias que podem garantir essa responsabilidade social e são chamadas de Meios para Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS). Assinale a alternativa que NÃO se classifica como MARS.

- (A) Estabelecimento de canais de comunicação com os leitores.
- (B) Criação de um colegiado representativo do público, formado por indivíduos de segmentos diversos da sociedade.
- (C) Colunas de Ombudsman/provedor dos leitores nos jornais.
- (D) Revistas especializadas em jornalismo e observatórios de imprensa.
- (E) Retirada dos editoriais nos jornais impressos e sites.

49. Qual é a técnica que consiste em extrair dados de sites e transportá-los para um formato mais simples e maleável para que possam ser analisados e cruzados com mais facilidade, sendo cada vez mais utilizada por jornalistas?

- (A) Outsourcing.
- (B) Data Scraping.
- (C) Downsizing.
- (D) Turnover.
- (E) Kaizen.

50. A pesquisa em comunicação, na América Latina, possui raízes no século XIX. No entanto sua institucionalização como campo científico ocorreu apenas nos últimos 40 anos do século XX. Sobre a consolidação desse panorama de pesquisas intitulado Escola Latino-Americana de Pensamento, assinale a alternativa correta.

- (A) O CIESPAL, Centro Interamericano de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, com sede em Quito, no Equador, foi protagonista na estruturação do saber científico comunicacional nessa região do continente americano. O CIESPAL contou com o apoio da UNESCO e tinha como objetivo primordial o desenvolvimento de modelos adequados para a formação de profissionais de comunicação.
- (B) A postura funcionalista da pesquisa latino-americana, que defendia que os meios de comunicação de massa, por si só, seriam capazes de gerar desenvolvimento independente das condições econômicas e políticas, não sofreu críticas, sendo aceita por grande parte da comunidade acadêmica.
- (C) Entre os principais teóricos e pesquisadores da Escola Latino-Americana, estão: Armand Mattelart e sua interpretação estrutural-marxista; Paulo Freire, com uma perspectiva cristã-marxista; José Marques de Melo, com a defesa de um modelo de comunicação preocupado com a mediação social da comunicação com a cultura popular e Charles Sanders Peirce, que defendia o estudo dos signos para compreensão da mensagem.

- (D) Na Escola Latino-Americana, existiam métodos pré-definidos para a realização das pesquisas científicas. Esses métodos partiam do pressuposto de que a realidade econômica, social e política dos países latino-americanos era semelhante e, por isso, as pesquisas deveriam utilizar as mesmas metodologias, pois isso garantiria resultados mais próximos da realidade.
- (E) Os teóricos da Escola Latino-Americana não consideravam os estudos e as pesquisas sobre telenovelas por acreditarem que elas não refletiam a identidade dos países e que eram produzidas como produtos para exportação. Desse modo, não poderiam ser consideradas elementos culturais, apenas como objetos da indústria cultural.

Raciocínio Lógico

- 51.** Sete candidatos a uma vaga em uma empresa (identificados pelas iniciais de seus nomes: A, B, C, D, E, F e G) foram convocados para uma dinâmica. Três desses candidatos já estavam previamente contratados, porém nenhum deles sabia desse fato. Havia ainda mais duas vagas para serem preenchidas. Para a primeira dinâmica proposta pela empresa, foi formado um grupo com cinco pessoas, sendo que os candidatos A e B não foram incluídos. Em seguida, foi formado um segundo grupo para participar da segunda dinâmica, também com cinco pessoas, sendo que os candidatos C e D não foram incluídos. Sabendo que os três candidatos previamente contratados fizeram parte dos dois grupos citados anteriormente, então as outras duas vagas poderão ser preenchidas pelos candidatos
- (A) A e F.
(B) B e G.
(C) C e B.
(D) D e E.
(E) E e A.

- 52.** Para obter a informação sobre a origem de seus funcionários, identificados pelo estado em que nasceram, uma empresa selecionou um grupo de funcionários. Após essa seleção, foi obtido que $\frac{1}{3}$ das pessoas eram do estado da Bahia, $\frac{3}{7}$ das pessoas eram do estado do Rio de Janeiro, $\frac{1}{9}$ das pessoas eram do estado do Paraná e o restante era do estado de Minas Gerais.

Dessa forma, a fração que representa a quantidade de pessoas originárias do estado do Rio de Janeiro em relação à quantidade de pessoas originárias do estado da Bahia é igual a

- (A) $\frac{9}{7}$.
(B) $\frac{1}{10}$.
(C) $\frac{4}{9}$.
(D) $\frac{9}{4}$.
(E) $\frac{4}{7}$.

53. No último recenseamento de um bairro em uma grande cidade, foram utilizadas folhas de sulfite, com um questionário impresso em cada folha, e canetas esferográficas para preencher os questionários, tal que foram utilizadas 1000 canetas e a quantidade de folhas de sulfite utilizada foi o quádruplo da quantidade de canetas. O custo de cada caneta foi de R\$ 2,00 e o custo de cada folha de sulfite foi de R\$ 0,10. Em um novo recenseamento nesse mesmo bairro, ficou estipulado que serão utilizados $\frac{1}{4}$ a menos de canetas e a metade de folhas de sulfite utilizadas no recenseamento anterior, mantido o custo de cada folha de sulfite, porém com um aumento de R\$ 0,05 no custo de cada caneta. Dessa forma, a economia no custo total para esse novo recenseamento será de

- (A) R\$ 1.122,75.
- (B) R\$ 662,50.
- (C) R\$ 507,45.
- (D) R\$ 1.258,73.
- (E) R\$ 362,25.

54. Duas competidoras irão fazer uma disputa particular em uma pista circular de atletismo, cujo comprimento total é de 600 metros. Por meio de medições em disputas anteriores, a corredora Alice corre a uma velocidade de 120 metros por minuto e a corredora Tereza corre a uma velocidade de 180 metros por minuto. Ambas correm no mesmo sentido da pista. Como Tereza é mais rápida que Alice, fica estipulado que Alice iniciará a corrida em um ponto da pista e Tereza somente entrará na competição no exato momento em que Alice passar novamente no ponto de partida, ou seja, quando ela completar 1 volta. Dado o início da prova, a quantidade de voltas

completas que Tereza dará na pista até encontrar Alice no ponto de partida pela terceira vez será igual a

- (A) 15 voltas.
- (B) 6 voltas.
- (C) 9 voltas.
- (D) 3 voltas.
- (E) 12 voltas.

55. Se não é verdade que na próxima quinta-feira não haverá jogo de futebol e também não é verdade que no próximo domingo vai chover, então é correto afirmar que

- (A) na próxima quinta-feira não haverá jogo ou no próximo domingo vai chover.
- (B) se não houver jogo na próxima quinta-feira, então não vai chover no próximo domingo.
- (C) se chover no próximo domingo, então não haverá jogo na próxima quinta-feira.
- (D) ou na próxima quinta-feira haverá jogo ou no próximo domingo não vai chover.
- (E) haverá jogo na próxima quinta-feira e não vai chover no próximo domingo.

56. Comparando a agilidade de quatro rendeiras na confecção de uma toalha de mesa, sabe-se que Fabiana não é mais ágil que Paula, ou Claudia ou Larissa é a rendeira menos ágil entre as quatro, Larissa não é mais ágil do que Paula e é mais ágil do que duas outras rendeiras. Sabendo que a cada duas rendeiras as agilidades são sempre diferentes, é correto afirmar que

- (A) Paula é a rendeira menos ágil.
- (B) Larissa é mais ágil que Paula.
- (C) Fabiana é mais ágil que Larissa.
- (D) Paula é a rendeira mais ágil.
- (E) Claudia é a rendeira menos ágil.

57. Se não é verdade que, se o carro é um Fiesta, então sua cor não é azul, é correto afirmar que

- (A) o carro é um Fiesta e sua cor é azul.
- (B) ou o carro não é um Fiesta ou sua cor não é azul, nunca ambos.
- (C) se o carro é azul, então ele não é um Fiesta.
- (D) ou o carro é um Fiesta ou o carro é azul, nunca ambos.
- (E) o carro não é um Fiesta e sua cor não é azul.

58. O CNPq concede bolsas para a formação de recursos humanos no campo da pesquisa científica e tecnológica, em universidades, institutos de pesquisa, centros tecnológicos e de formação profissional, tanto no Brasil como no exterior. Confira alguns valores de bolsas no Brasil.

Tabela de Valores de Bolsas no Brasil

| Modalidade | Valor (R\$) |
|--------------------------------|-------------|
| Apoio Técnico à Pesquisa | 550,00 |
| Doutorado | 2.200,00 |
| Iniciação Científica | 400,00 |
| Iniciação Científica Júnior | 100,00 |
| Iniciação Tecnológica (PIBITI) | 400,00 |
| Mestrado | 1.500,00 |
| Pós-doutorado Sênior | 4.400,00 |
| Pós-doutorado Júnior | 4.100,00 |
| Pós-doutorado Empresarial | 4.100,00 |

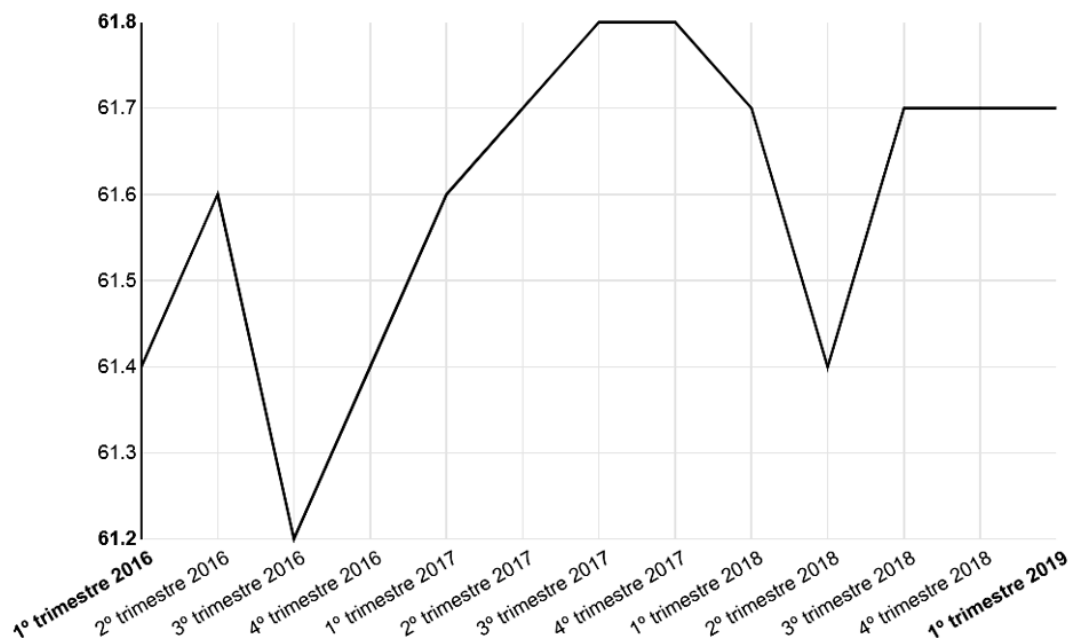
Público Alvo: Jovens de ensino médio e superior, em nível de pós-graduação, interessados em atuar na pesquisa científica, e especialistas para atuarem em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) nas empresas e centros tecnológicos. (Disponível em: <<http://cnpq.br/no-pais/>>. Acesso em 28 de junho de 2019).

Considerando os dados acima e sabendo que dois jovens foram contemplados, cada um com uma bolsa, tal que a soma dos valores das duas bolsas está entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00, então as duas bolsas concedidas foram de

- (A) Iniciação Científica Júnior e Pós-doutorado Sênior.
- (B) Iniciação Tecnológica (PIBITI) e Doutorado.
- (C) Iniciação Científica e Pós-doutorado Empresarial.
- (D) Mestrado e Doutorado.
- (E) Apoio Técnico à Pesquisa e Mestrado.

59. No site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Divulgação Trimestral - 1º trimestre 2019 (PNADC/T), foi divulgado o seguinte gráfico que indica a taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) – Brasil:

PNADC/T - Taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) - Brasil



(Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/home/pnadct>>. Acesso em: 28 de junho de 2019).

Pelas informações obtidas por meio desse gráfico, assinale a alternativa correta.

- (A) A menor taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 4º trimestre de 2017.
- (B) Do 1º trimestre de 2018 até o 2º trimestre do mesmo ano, houve um aumento na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
- (C) A maior taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 3º trimestre de 2016.
- (D) A taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade manteve-se constante entre o 3º e o 4º trimestre de 2017.
- (E) Do 1º trimestre de 2016 até o 1º trimestre de 2019, houve uma variação de 0,9 % na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
60. Em um bairro de uma cidade existem 10 casas, numeradas de 1 a 10. Duas pessoas visitaram algumas dessas casas, para divulgação de um novo produto no mercado. Sabe-se que a primeira pessoa visitou as casas de número ímpar e a segunda visitou as casas cuja numeração era um número par e divisor de 8. Dessa forma, as casas que NÃO foram visitadas foram as que possuem as respectivas numerações iguais a
- (A) 2 e 10.
- (B) 4 e 10.
- (C) 6 e 10.
- (D) 2 e 8.
- (E) 4 e 8.

ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.



FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

EDITAL DE PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO Nº02/2019

NÍVEL SUPERIOR

ANALISTA CENSITÁRIO

JORNALISMO

Nome do Candidato _____

Inscrição _____



COMPOSIÇÃO DO CADERNO

Língua Portuguesa 01 a 15

Conhecimentos Específicos 16 a 50

Raciocínio Lógico 51 a 60



INSTRUÇÕES

1. Confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição na Folha de Respostas. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração. Preencha os campos destinados à assinatura e ao número de inscrição. Qualquer divergência, comunique ao fiscal.
2. O único documento válido para avaliação é a Folha de Respostas. Só é permitido o uso de caneta esferográfica transparente de cor azul ou preta para o preenchimento da Folha de Respostas, que deve ser preenchida da seguinte maneira: ●
3. O prazo de realização da prova é de 4 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas. Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação, não podendo, no entanto, levar o Caderno de Questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas.
4. Ao término de sua prova, comunique ao fiscal, devolvendo-lhe a Folha de Respostas devidamente preenchida e assinada. O candidato somente poderá levar consigo o Caderno de Questões, ao final da prova, se sua saída ocorrer nos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário determinado para o término das provas.
5. Os 3 (três) últimos candidatos só poderão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do envelope de retorno.
6. As provas e os gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do Instituto AOCP - www.institutoaocp.org.br, no dia posterior à aplicação da prova.
7. O NÃO cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas incorrerá na eliminação do candidato.

PROVA

03

LEMBRE-SE DE MARCAR O NÚMERO
CORRESPONDENTE À SUA PROVA NA
FOLHA DE RESPOSTAS!

ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.

Língua Portuguesa

TEXTO I

O último paradoxo da vida moderna: por que ficamos presos ao celular, mas odiamos falar por telefone?

Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp

SILVIA LÓPEZ

Para iniciar um texto, Hemingway dizia a si mesmo: “Escreva a frase mais verdadeira que você conhece”. Neste caso, seria: a psicóloga Cristina Pérez, do Siquia, respondeu por meio de mensagens de áudio às perguntas que lhe enviamos por email. Essa curiosidade metajornalística não tem importância, não altera a qualidade de suas respostas, só ilustra a variedade e fluidez de opções com as quais podemos nos comunicar hoje. Recebemos um email? Respondemos com um áudio. Chegou um áudio de WhatsApp? Respondemos com um texto. Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: “Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever”. O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.

A ligação telefônica – que, até não muito tempo atrás, esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal – se tornou uma presença intrusiva e incômoda, perturbadora e tirânica, mas por quê? “Uma das razões é que quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo que estávamos fazendo, ou simplesmente não temos vontade de falar nesse momento”, explica a psicóloga Cristina Pérez. “Por outro lado, também exige de nós uma resposta imediata, ao contrário do que ocorre na comunicação escrita, que nos permite pensar bem no que queremos dizer. E a terceira razão seria o fato de não poder saber de antemão qual será a duração do telefonema”, acrescenta.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/01/tecnologia/1559392400_168692.html>. Acesso em: 25 jun. 2019

As questões de 1 a 10 se referem ao texto I.

- 1. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.”.**
 - (A) O paradoxo do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas.
 - (B) A incoerência do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas ficarmos doentes sem as ligações telefônicas.
 - (C) No século XXI, é contraditório estar preso ao celular por ter medo das ligações telefônicas.
 - (D) Temos medo das ligações telefônicas porque estamos presos ao celular; esse é o paradoxo do grande vício do século XXI.
 - (E) Estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas é a incoerência do grande vício do século vigente.
- 2. Assinale a alternativa em que a expressão em destaque NÃO indica circunstância de tempo, NÃO sendo, portanto, um adjunto adverbial de tempo ou uma oração subordinada adverbial temporal.**
 - (A) “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular [...]”.
 - (B) “[...] quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo [...]”.
 - (C) “[...] simplesmente não temos vontade de falar nesse momento [...]”.
 - (D) “[...] saber de antemão qual será a duração do telefonema [...]”.
 - (E) “[...] opções com as quais podemos nos comunicar hoje.”.

- 3. Qual é a relação de sentido estabelecida no excerto “Não posso falar, é melhor me escrever”?**
- (A) Contraste.
(B) Causalidade.
(C) Adição.
(D) Conformidade.
(E) Finalidade.
- 4. Em “[...] esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal.”, há uma relação de oposição entre esperar com alegria e tolerar com resignação.**
- (A) há uma relação de oposição entre esperar com alegria e tolerar com resignação.
(B) a acentuação de “esperávamos”, “tolerávamos” e “evitávamos” se deve ao fato de serem verbos.
(C) não é possível identificar os sujeitos dos verbos presentes no excerto.
(D) todos os verbos apresentam o mesmo sujeito e estão no mesmo modo.
(E) o uso da vírgula é facultativo.
- 5. É um sinônimo da palavra “ligação” o vocábulo**
- (A) “email”.
(B) “telefone”.
(C) “telefonema”.
(D) “celular”.
(E) “áudio de WhatsApp”.
- 6. A repetição de “esperamos”, em “Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: [...]”,**
- (A) indica que o retorno é dado depois de um tempo considerável após a ligação.
(B) indica que o retorno é dado imediatamente após a ligação.
(C) não dá nenhum indício sobre o tempo transcorrido até o retorno.
(D) deveria ser eliminada, pois se trata de um problema de coesão.
(E) enfatiza a pouca frequência com que se recebem telefonemas.
- 7. Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “[...] ‘Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever’.”.**
- (A) Você ligou-me? Não posso falar, é melhor eu escrever.
(B) Ligastes para mim? Não posso falar, escreve a mim que és melhor.
(C) Me ligou? Não posso falar, escrever é melhor para mim.
(D) Você ligou para mim? Não posso falar, é melhor que me escreva.
(E) Me ligou? Não posso falar, me escreve que é melhor.
- 8. Em relação ao excerto “Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp”, é correto afirmar que**
- (A) ele é um conselho para as pessoas não receberem ligações rápidas.
(B) a palavra “rápida” caracteriza “ligação” enquanto as palavras “longa”, “confusa” e “série” caracterizam “mensagens”.
(C) ele é irônico, pois o conteúdo que se pretende veicular possui o significado contrário daquilo que é posto.
(D) ele está no modo imperativo, indicando um pedido para que as pessoas não diminuam o uso de WhatsApp.
(E) a palavra “série” está sendo utilizada com o mesmo significado que na frase: “A antiga 5ª série equivale hoje ao 6º ano”.
- 9. De acordo com o texto, é correto afirmar que**
- (A) a autora seguiu o conselho de Hemingway.
(B) a curiosidade metajornalística citada pela autora não tem importância para a temática do texto.
(C) não há resposta para a pergunta presente no título.
(D) a ligação telefônica está presente na vida das pessoas.
(E) respondemos e-mails com áudios porque nos comunicamos melhor oralmente do que pela escrita.
- 10. No segundo parágrafo do texto, a informação entre travessões**
- (A) descreve três atitudes negativas em relação à ligação telefônica.
(B) é constituída por três ações que se excluem mutuamente.
(C) é constituída por verbos que não requerem um complemento.
(D) restringe o sentido do termo “ligação telefônica”.
(E) completa o sentido do termo “ligação telefônica”.

TEXTO II

Você é o que você se diz: a ciência do diálogo interno

PILAR JERICÓ

Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior. A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade de enfrentar as dificuldades e determina a tomada de decisões. A autoafirmação, ou pensar coisas positivas sobre nós mesmos, é uma ferramenta muito útil para reforçar a autoestima. Entretanto, não vale qualquer comentário. Já ficou comprovado que frases como “aguento tudo” ou “sou uma pessoa superagradável” não ajudam muito. Quem as expressa não está realmente convencido disso, então essas expressões podem ter efeito contrário. A ciência do diálogo interior nos dá pistas sobre as técnicas que tornam nossas autoafirmações eficazes: devemos imaginar futuras situações agradáveis e nos tratar na segunda pessoa.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/05/ciencia/1557083642_455016.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.

As questões de 11 a 15 se referem ao texto II.

11. Assinale a alternativa em que a palavra formada, assim como “autoafirmação” e “superagradável”, é grafada sem hífen.

- (A) auto + hipnose.
- (B) auto + observação.
- (C) super + herói.
- (D) super + requintado.
- (E) super + salário.

12. De acordo com o texto, é correto afirmar que

- (A) conversar consigo mesmo pode combater a depressão.
- (B) a imaginação é importante no processo de melhora da autoestima.
- (C) as pessoas que não conversam com elas mesmas não têm autoestima.
- (D) falar consigo mesmo na primeira pessoa não ajuda porque isso não reflete como as outras pessoas falam conosco.
- (E) o diálogo interior só é possível a partir de um diálogo exterior, no qual está presente uma segunda pessoa.

13. Assinale a alternativa que apresenta um exemplo de tratamento na segunda pessoa do singular.

- (A) Eu sou capaz de vencer meus desafios.
- (B) Juntos, nós podemos transformar o mundo.
- (C) Você é forte para superar os obstáculos da vida.
- (D) As pessoas não vão abalar minha autoconfiança.
- (E) Sempre é possível evoluir como ser humano.

14. Em “Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior.”, a relação de sentido que se estabelece é de

- (A) condição.
- (B) tempo.
- (C) conclusão.
- (D) concessão.
- (E) contraste.

15. Em “A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade [...]”, o termo em destaque poderia ser substituído adequadamente por

- (A) “que”.
- (B) “cuja”.
- (C) “onde”.
- (D) “para qual”.
- (E) “pela qual”.

Conhecimentos Específicos

16. Sobre os princípios de edição que devem ser observados em telejornalismo, assinale a alternativa correta.

- (A) Nos geradores de caracteres, utiliza-se caixa alta (letras todas em maiúsculo) para identificar o nome dos entrevistados, do cinegrafista e do repórter e caixa baixa (letras todas em minúsculo) para identificar a profissão de cada um.
- (B) A fonte utilizada no gerador de caracteres deve ser chamativa, lúdica, de preferência com várias curvas, já que isso facilita a leitura das informações por parte do telespectador. Comic Sans e Times New Roman são fontes adequadas para a utilização nos GCs (geradores de caracteres) de telejornais diários.
- (C) Recursos gráficos como mapas, estatísticas, quadros e demais recursos de computação gráfica devem ser utilizados em último caso, pois poluem a reportagem e podem confundir o telespectador.
- (D) Um áudio ruim não pode ser usado mesmo se for de grande importância para a reportagem.
- (E) É importante repetir na sonora a informação do texto narrado em off, pois isso fará com que o telespectador fixe com maior facilidade a mensagem contida na reportagem.

17. O telejornalismo é composto por várias etapas. Essas etapas são dependentes entre si. Considerando o exposto, qual é sequência necessária para que um telejornal entre no ar?

- (A) Reportagem, decupagem, produção, edição, apresentação.
- (B) Produção, reportagem, decupagem, edição, apresentação.
- (C) Produção, decupagem, reportagem, apresentação, edição.
- (D) Produção, edição, reportagem, decupagem, apresentação.
- (E) Edição, reportagem, produção, decupagem, apresentação.

18. O jornalismo para TV, também conhecido como telejornalismo, reúne uma série de características como concisão do texto, linguagem objetiva, relação de não concorrência entre texto e imagem, entre outras. A área também possui um vocabulário próprio que é utilizado no cotidiano das redações por profissionais da área. Considerando a terminologia em telejornalismo, relacione as colunas e assinale a alternativa com a sequência correta.

1. Escalada.
2. Espelho.
3. Texto em Off.
4. Passagem.
5. Sonora.

- () Texto gravado pelo repórter – normalmente após a finalização da matéria na rua. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.
- () Manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição.
- () Fala do entrevistado na matéria.
- () Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas na matéria. É o momento em que o repórter aparece no vídeo para destacar um aspecto da reportagem.
- () Cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

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

19. O Estado democrático de direito tem o dever de prestar contas à sociedade e interagir com todos os seus segmentos e o canal mais eficaz para que isso aconteça é a mídia jornalística. Assim, o jornalista que atua como assessor de imprensa em órgãos públicos deve se guiar pelo princípio de que os cidadãos têm o direito de saber o que ocorre nas repartições, secretarias, ministérios e demais órgãos que integram o setor público. Com base no exposto, assinale a alternativa que NÃO se inclui nas atribuições desse profissional.

- (A) O atendimento adequado às necessidades de toda a imprensa quanto a notícias de utilidade e interesse da sociedade.
- (B) A mediação entre as empresas privadas, organizações da sociedade e mídia jornalística com o órgão público em que trabalha, fornecendo as informações necessárias e facilitando o acesso a dados e serviços públicos.
- (C) A apuração e a distribuição de informações de interesse da sociedade normalmente não cobertas pelos veículos de comunicação, inclusive os de grande porte.
- (D) A interação nas mídias sociais, que é imprescindível na comunicação atual do setor público.
- (E) A seleção de veículos de comunicação que registram maior audiência para o fornecimento de pautas exclusivas.

20. A internet e as redes sociais conferiram aos cidadãos um infinito poder de comunicação e provocaram a queda da barreira entre emissor e receptor que até então existia. Assim, os indivíduos, na contemporaneidade, também são comunicadores e estão cada vez mais exigentes em relação ao trabalho que é desenvolvido por jornalistas. As ferramentas tecnológicas possibilitaram o desenvolvimento de uma forma de comunicação mais próxima da sociedade e, por isso, encontram-se cada vez mais presentes nas rotinas produtivas das assessorias de imprensa. Sobre o uso das redes sociais nesse setor, assinale a alternativa correta.

- (A) Com o avanço das redes sociais, houve uma perceptível queda no número de aparelhos de rádio e televisão nas residências brasileiras, já que hoje 90% da população

nacional possui acesso à internet. Por isso, os assessores de imprensa devem privilegiar a divulgação de dados e informações no ambiente virtual.

- (B) A interação nas redes sociais exige mobilização permanente por parte da assessoria de imprensa, com respostas em tempo real às críticas e pedidos de informação e esclarecimentos sobre quaisquer tipos de consulta, já que o ineditismo é a essência dessas novas ferramentas.
- (C) Como a rotina de um assessor de imprensa é repleta de compromissos e atividades, deve-se privilegiar algumas estratégias para a obtenção de resultados eficazes. Assim, quando o tempo é escasso, é preferível abastecer as redes sociais com conteúdo do que realizar o follow-up com os veículos de comunicação.
- (D) A utilização das redes sociais pelas assessorias de imprensa tornou o processo de envio de informações sobre o assessorado ao público instantâneo, o que diminuiu a necessidade de realizar coletivas de imprensa com veículos de comunicação já que os jornalistas conseguem material para as reportagens por meio do conteúdo on-line disponibilizado.
- (E) Para que haja engajamento, os textos de posts nas redes sociais devem ter o formato de uma reportagem jornalística, trazendo ao leitor informações não apenas sobre o fato principal, como também sobre os correlatos. Assim, o ideal é que o texto tenha mais de 400 palavras, o que equivale a uma página de programas processadores de texto.

21. Sobre o uso de hashtags em posts de redes sociais, assinale a alternativa correta.

- (A) Hashtags funcionam como um indexador de assuntos nas redes sociais, portanto, é necessário verificar quais seriam as mais adequadas para o post, ou seja, as mais populares para o tema que será adotado em seu conteúdo.
- (B) Utilizar hashtags que informam o local ou a cidade onde determinado produto ou serviço é desenvolvido pode prejudicar o engajamento com o post, já que a divulgação de localização impede que o conteúdo circule em escala nacional ou global, restringindo-se apenas à realidade local.

- (C) É possível e recomendado utilizar mais de uma hashtag ao final de um post, desde que seus conteúdos e significados não estejam relacionados.
- (D) O uso de hashtags no Instagram é dispensável para que ocorra a conexão e o engajamento da empresa ou órgão público com seu público alvo. Uma boa fotografia e uma legenda criativa são capazes de indexar o conteúdo nas ferramentas de busca.
- (E) Hashtags são feitas para que o seu público alvo encontre mais facilmente as suas mensagens, por isso é recomendado utilizar o máximo delas permitido por cada rede social. No Instagram, por exemplo, o usuário pode utilizar até trinta hashtags em cada post.
- 22. A lista que contém informações sobre jornalistas, como endereço de e-mail, telefone, nome, veículo de atuação e editoria em que trabalha, e que é utilizada para disparar releases e outros assuntos simultaneamente é chamada de**
- (A) media training.
- (B) follow-up.
- (C) mailing.
- (D) cerimonial.
- (E) email marketing.
- 23. A Lei nº 12.527/2011, também conhecida como Lei de Acesso à Informação, regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades. Sobre a LAI, assinale a alternativa correta.**
- (A) A Lei deve ser cumprida pelos órgãos da administração pública direta. Os órgãos e entidades da administração pública indireta ficam dispensados da observância da LAI, pois possuem regras e princípios próprios da administração privada.
- (B) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação. Nesse caso, a publicidade a que estão submetidas refere-se à parcela dos recursos recebidos e à sua destinação.
- (C) Os Tribunais de Contas, Ministério Público e órgãos integrantes do Poder Judiciário, como o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça, não são obrigados a cumprir a Lei de Acesso à Informação já que possuem legislações independentes que protegem a divulgação de todas as decisões, conteúdos jurídicos e relação de despesas. O objetivo é garantir a eficiência e a imparcialidade do trabalho desenvolvido por esses órgãos.
- (D) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, não estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação.
- (E) A LAI deve ser cumprida pelos órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, Judiciário e Ministério Público, pelas autarquias e pelas fundações públicas. As empresas públicas, sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios não estão sujeitas ao cumprimento da LAI.

24. No que se refere às regras para obtenção de informação por meio da Lei de Acesso à Informação, assinale a alternativa correta.

- (A) Qualquer interessado, pessoa física ou jurídica, poderá apresentar pedido de acesso a informações aos órgãos e entidades públicas, por qualquer meio legítimo, devendo o pedido conter a identificação do requerente e a especificação da informação requerida.
- (B) Apenas pessoas físicas podem requerer o acesso a informações por meio da Lei de Acesso à Informação. Não é necessário apresentar o motivo do pedido.
- (C) Além da identificação e especificação da informação requerida, o requerente, pessoa física ou jurídica, precisa dizer por que e para que deseja a informação.
- (D) Quando não for autorizado o acesso por se tratar de informação total ou parcialmente sigilosa, não haverá possibilidade de recurso por parte do requerente e o pedido será arquivado.
- (E) O requerente não tem direito a obter o inteiro teor de decisão de negativa de acesso à informação, por certidão ou cópia.

25. Para garantir a efetividade do acesso à informação pública, a legislação sobre direito à informação (Lei nº 12.527/2011) observa um conjunto de padrões estabelecidos com base nos melhores critérios e práticas internacionais. Dentre esses princípios, destaca-se que

- (A) acesso é a regra, o sigilo, a exceção.
- (B) é preciso que o requerente justifique por que e para que deseja a informação.
- (C) a definição do sigilo de informações é um ato discricionário, ou seja, a autoridade requerida é quem decide, a cada caso, se é possível atender ao pedido do requerente ou não.
- (D) as informações só serão transmitidas ao requerente após o pagamento do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF). As arrecadações dos pedidos da LAI são revertidas ao Fundo de Modernização do Poder Judiciário da União.

- (E) como grande parte dos órgãos da administração pública direta e indireta apresentam uma pequena quantidade de servidores públicos, a forma encontrada pela LAI para não sobrecarregar as rotinas produtivas de trabalho é que a divulgação das informações ocorra apenas de maneira passiva e não ativa. Assim, os servidores agem apenas quando provocados.

26. Os sítios na Internet dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta deverão, em cumprimento às normas estabelecidas pela Lei de Acesso à Informação, atender aos seguintes requisitos, EXCETO

- (A) conter formulário para pedido de acesso à informação.
- (B) conter ferramenta de pesquisa de conteúdo que permita o acesso à informação de forma objetiva, transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.
- (C) garantir a acessibilidade de conteúdo para pessoas com deficiência.
- (D) garantir autenticidade e integridade das informações disponíveis para acesso.
- (E) garantir que o requerente não possa se comunicar por telefone ou cartas com o órgão público, já que a LAI defende que todos os pedidos e comunicações devem ser realizados por meio eletrônico.

27. Para a classificação da informação em grau de sigilo, deverá ser observado o interesse público da informação e utilizado o critério menos restritivo possível, considerando a gravidade do risco ou dano à segurança da sociedade e do Estado e o prazo máximo de classificação em grau de sigilo ou o evento que defina seu termo final. Considerando o que a LAI (Lei nº 12.527/2011) versa sobre os prazos máximos de classificação, assinale a alternativa correta.

- (A) Grau reservado: três anos.
- (B) Grau reservado: dez anos.
- (C) Grau reservado: cinco anos.
- (D) Grau reservado: quinze anos.
- (E) Grau reservado: vinte e cinco anos.

28. Os Estados Unidos é considerado o país pioneiro no exercício de assessoria de imprensa, pois, em 1906, um jornalista que atuava em Nova Iorque decidiu abandonar o ofício para abrir o primeiro escritório de Relações Públicas de que se tem notícia. O profissional havia sido contratado pelo empresário John Rockefeller para recuperar sua credibilidade e imagem que estavam desgastadas devido ao tratamento inadequado dispensado aos grevistas de suas empresas e as acusações de monopólio no setor de combustíveis. Quem é esse jornalista precursor na assessoria de imprensa?

- (A) Orson Welles.
- (B) Ivy Lee.
- (C) William Stead.
- (D) Robert Ezra Park.
- (E) Alton Parker.

29. Um jornalista trabalha como repórter de televisão em uma emissora durante o período matutino e como assessor de imprensa do IBGE na mesma cidade à tarde. Acerca dessa situação, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece que

- (A) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor, sem necessidade de comunicação à chefia.
- (B) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, tanto nas instituições públicas como nas privadas, desde que ele comunique ao seu chefe.
- (C) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições privadas onde eventualmente seja assessor.
- (D) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições públicas onde eventualmente seja assessor.
- (E) o jornalista não pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor.

30. As assessorias de imprensa, principalmente no setor público, são as responsáveis pelo gerenciamento de crises e pela preservação e recuperação da imagem de uma empresa privada ou órgão público e de seus representantes. Carlos, chefe de setor de um órgão público, foi falsamente acusado de corrupção ativa e lavagem de dinheiro por um jornal impresso de uma cidade do interior. Entre as estratégias corretas para gerenciar a crise, está

- (A) a recusa aos pedidos de entrevistas e esclarecimentos por parte de outros veículos de comunicação, privilegiando o silêncio à alimentação do noticiário.
- (B) a interação com mídias estaduais e nacionais com o objetivo de contrapor, com mais peso, as informações falaciosas ou inverídicas que foram veiculadas pelo jornal impresso local.
- (C) a ausência de nota resposta ao veículo que publicou a matéria falaciosa como forma de advertência pelo erro cometido.
- (D) a publicação de conteúdos diversos nas redes sociais do órgão ao qual o agente público está vinculado como forma de encobrir a veiculação das notícias falsas e orientar a atenção do público para outras questões.
- (E) a ocultação do jornal que publicou as informações falaciosas de toda a equipe que trabalha com o agente vítima da falsa acusação, já que os colegas podem acreditar no que foi publicado, o que atingirá a credibilidade do chefe e a eficiência do setor.

- 31. O IBGE se prepara para divulgar o Rendimento Domiciliar per capita (RDPC) e o Coeficiente de Desequilíbrio Regional (CDR) referentes ao ano de 2018 para as Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Os dados foram obtidos com base nas informações obtidas na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. Para que essa pesquisa, obtenha bons índices de mídia espontânea, ou seja, publicações gratuitas pelos veículos de comunicação, é necessário que o assessor de imprensa**
- (A) desenvolva um único modelo de release com as principais informações sobre a pesquisa e envie para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão, rádio, sites e jornais impressos. A padronização do release confere maior credibilidade à assessoria de imprensa e torna a rotina produtiva mais eficiente.
- (B) desenvolva um modelo de release para cada área midiática. Assim é recomendado, por exemplo, enviar para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão um release que siga o modelo de uma pauta e contenha sugestões de imagens e de entrevistados.
- (C) não realize o *follow-up*, já que as ligações desse profissional para os jornalistas no meio do expediente podem, ao invés de garantir espaço para a pesquisa nos meios de comunicação, irritar os profissionais, fazendo com que eles privilegiem pautas de outros assessores.
- (D) privilegie os meios de comunicação de massa tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, em vez daqueles provenientes da revolução tecnológica, como blogs, sites, perfis em redes sociais e portais do terceiro setor. Os veículos classificados como "off" garantirão resultados mais eficazes a esse tipo de notícia.
- (E) convença o setor responsável a investir recursos financeiros na contratação de outdoors, busdoors, spots de rádio e propagandas na televisão sobre os resultados da pesquisa, pois é difícil que haja engajamento da sociedade apenas com a divulgação por mídia espontânea.
- 32. Assinale a alternativa que NÃO apresenta uma das funções desenvolvidas pela assessoria de imprensa.**
- (A) Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits.
- (B) Relacionamento formal e informal com os produtores, repórteres e editores da mídia.
- (C) Acompanhamento de entrevistas de suas fontes e organização de coletivas.
- (D) Participação na definição de estratégias de comunicação.
- (E) Desenvolvimento de software de aplicativos temáticos.
- 33. Entrevistas à imprensa precisam ser preparadas quando a empresa ou instituição tem algum fato a comunicar à opinião pública. O processo de treinamento dos porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em encontros de relacionamento, denomina-se**
- (A) key messages.
- (B) voice recording.
- (C) try to speaking.
- (D) media training.
- (E) leader coaching.
- 34. O documento que traz a ordem das reportagens em um telejornal e que prevê a entrada de repórteres ao vivo, entrevistas em estúdio, divisão dos blocos, intervalos e encerramento do jornal é chamado de**
- (A) sequência.
- (B) retransmissão.
- (C) espelho.
- (D) lauda.
- (E) escalada.
- 35. Analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta as corretas. No texto para telejornal, que inclui a redação de textos em off, notas cobertas, nota-pé e cabeças, para se garantir comunicação eficaz com o telespectador, deve-se**
- I. evitar as frases curtas.
- II. fazer uso de adjetivos.
- III. adotar a ordem direta na construção das orações.
- IV. evitar a repetição de informações.
- V. separar cada ideia em uma frase.

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

36. Entrevista é a técnica de obter matérias de interesse jornalístico por meio de perguntas e respostas, sendo um dos instrumentos de pesquisa do repórter. Considerando as técnicas de entrevista, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- () Perguntas frouxas e equivocadas pressupõem respostas do mesmo teor. A inteligência das questões e a descoberta do mote correto podem transformar conversas aparentemente inócuas em grandes depoimentos.
- () É importante que o entrevistador seja o condutor da entrevista. Ele só estará no comando se estiver bem informado e bem preparado.
- () Em entrevistas com autoridades políticas, o improviso do repórter pode ser um grande aliado. O entrevistado ficará mais à vontade para responder às perguntas se perceber que o repórter não domina o assunto.
- () É fundamental que a primeira pergunta ao entrevistado seja a pergunta-chave da entrevista, pois, caso seja deixada para o final, o repórter poderá se esquecer de fazê-la ou o entrevistado poderá negar-se a responder.
- () É recomendado que o repórter grave ou anote as palavras-chave da entrevista, já que muitas declarações envolvem números ou nomes de difícil entendimento.

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

37. São considerados gêneros jornalísticos opinativos:

- (A) caricatura, crônica, roteiro e carta.
- (B) caricatura, resenha, crônica e entrevista.
- (C) caricatura, editorial, carta e artigo.
- (D) dossiê, perfil, enquete e cronologia.
- (E) comentário, editorial, resenha, reportagem.

38. Devido às mudanças trazidas pelo ambiente digital, o jornalista precisa aprimorar algumas rotinas tradicionais do trabalho. Considerando as novas formas de comunicação provenientes do avanço tecnológico e a atuação do assessor de imprensa na contemporaneidade, assinale a alternativa correta.

- (A) O release precisa ser multimídia. Além dos aspectos textuais, é importante contar com o apoio de fotos, vídeos, conteúdos de redes sociais e áudios.
- (B) Com a presença cada vez maior dos jornalistas nas redes sociais, a prática do follow-up se tornou defasada já que ligações telefônicas durante a jornada de trabalho podem tornar o assessor de imprensa inconveniente.
- (C) Não é recomendado o envio de pautas e a realização de contatos com jornalistas por meio de aplicativos como o WhatsApp.
- (D) O contato do assessor de imprensa com os jornalistas dos veículos de comunicação deve ser feito exclusivamente através de e-mail corporativo.
- (E) Não é recomendado que o assessor de comunicação segmente o envio de releases. É aconselhável que esse envio seja realizado para o maior número de contatos possíveis.

39. A estratégia desenvolvida pelas assessorias de comunicação para gerar valor, relacionamento e autoridade por meio da informação, blogs, sites e newsletters, captando a atenção da audiência e proporcionando uma experiência com a marca desde o primeiro contato denomina-se

- (A) E-commerce.
- (B) marketing de conteúdo.
- (C) corrida de resultados.
- (D) marketing social.
- (E) comunicação informacional externa.

40. O Diretor de Pesquisas do IBGE notou que os servidores de sua equipe estão desestimulados, o que está atrapalhando o cumprimento de metas do setor. Eles também desconhecem notícias importantes sobre o IBGE que são veiculadas na mídia e, devido à falta de comunicação interna, muitas vezes, realizam um serviço que já foi feito. Preocupado, o Diretor procurou a assessoria de comunicação do Instituto e solicitou que fossem desenvolvidas estratégias para solucionar os problemas. Entre as estratégias que podem ser desenvolvidas pela assessoria, está

- (A) a orientação ao Diretor para que procure o departamento de Recursos Humanos do IBGE, que é o setor responsável pelo desempenho dos servidores e pelo engajamento destes no ambiente organizacional.
- (B) o desenvolvimento de marketing de conteúdo interno e de canais de comunicação capazes de incluir os servidores na cultura e nos objetivos do setor de pesquisas do IBGE, como criação de newsletter e de um e-mail ou um grupo de WhatsApp. Para isso, é preciso que a área de comunicação interna trabalhe lado a lado com o setor de recursos humanos e com os gestores.
- (C) a contratação de uma agência de publicidade para o desenvolvimento de uma campanha, com veiculação nas emissoras de rádio e televisão, que consiga transmitir ao grande público as iniciativas que o IBGE desenvolve para valorizar seus servidores.
- (D) o bloqueio do acesso dos servidores às redes sociais como Facebook e Instagram nos computadores do IBGE para que não haja conversas, posts inapropriados e estímulo a reclamações. Esse bloqueio permitirá maior foco nas rotinas produtivas do departamento de pesquisas.
- (E) Como estratégia prioritária, desenvolver um release informando à grande imprensa que o IBGE desenvolverá um sistema permanente de avaliação de seus funcionários como forma de combater o desestímulo no ambiente laboral e as baixas performances dos servidores.

41. As empresas privadas e até mesmo órgãos públicos têm adotado uma nova estratégia comunicacional que é baseada na criação e no compartilhamento de conteúdo voltado para um público-alvo específico com o objetivo de estabelecer um relacionamento duradouro. Em outras palavras, em vez de interromper os clientes em potencial, a ideia é atraí-los por meio de conteúdo relevante. Essa estratégia é denominada

- (A) Storytelling.
- (B) Marketing Digital.
- (C) Inbound Marketing.
- (D) Outbound Marketing.
- (E) B2C (do inglês, business to consumer).

42. São consideradas ferramentas de Inbound Marketing:

- (A) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e automação de e-mail-marketing.
- (B) SEO, flyers, outdoors, mala-direta.
- (C) propaganda em rádio e televisão, SEO, mala-direta, prospecção em empresas.
- (D) prospecção em empresas, telemarketing, análise de métricas, mala direta.
- (E) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e telemarketing.

43. A otimização para mecanismos de busca, conhecida também como SEO (do inglês Search Engine Optimization), é um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Essas otimizações visam alcançar bons rankings orgânicos, gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Sobre o uso e as estratégias de SEO, assinale a alternativa correta.

- (A) No buscador Google, os resultados pagos aparecem no fim da página, sinalizados por uma marcação verde com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (B) Os resultados pagos, também chamados de orgânicos, aparecem no topo da página, sinalizados por uma marcação amarela com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.

- (C) SEO title é o título interno de um blog, aquele que o leitor verá quando já tiver acessado o seu conteúdo. Sua função é fazer com que o leitor que já acessou o post tenha ainda mais interesse em ler o conteúdo.
- (D) O tempo de permanência na página é um dos principais fatores de ranqueamento do Google. Quanto menos tempo o leitor permanece na página, com mais eficiência o Google interpreta que aquele conteúdo responde à dúvida da pessoa.
- (E) O tamanho influencia diretamente nos rankings do Google. A média de tamanho dos conteúdos que figuram nas primeiras posições é de aproximadamente 2.500 palavras. Isso porque o Google procura os conteúdos mais completos, que esclareçam as dúvidas dos leitores.
- 44. Realizar um planejamento para redes sociais é essencial para aproveitar todo o potencial que as mídias digitais podem oferecer para uma empresa ou órgão público. Considerando que você trabalha na Assessoria de Comunicação de uma empresa, assinale a alternativa que apresenta a estratégia adequada para produzir conteúdos e analisar resultados em redes sociais.**
- (A) É importante estabelecer uma programação para as redes sociais com os dias da semana e o horário em que os posts vão ao ar. É recomendado que essa programação permaneça inalterada e seja cumprida conforme foi estabelecida.
- (B) Não é recomendado interagir, nas redes sociais, com as páginas de outras empresas e órgãos públicos do mesmo nicho do local onde você trabalha, já que isso pode fazer com que os seguidores de sua página migrem para as concorrentes.
- (C) Os influenciadores são uma das grandes tendências do momento. Trabalhar com esses profissionais pode ser um catalisador para sua popularidade. Mas lembre-se de tomar algumas precauções antes de aliar sua marca à imagem de uma pessoa.
- (D) Um post que obteve um resultado positivo no orgânico provavelmente não performará bem nos posts patrocinados.
- (E) KPI, do inglês, Key Performance Indicator, é sinônimo de métrica e significa o conjunto de fatores para medir se uma ação ou um conjunto de iniciativas estão efetivamente atendendo aos objetivos propostos pela organização.
- 45. Sobre o uso de siglas nos diversos formatos jornalísticos, assinale a alternativa correta.**
- (A) Siglas com até três letras devem ser escritas em minúsculo.
- (B) Siglas cujas letras são soletradas são escritas em minúsculo.
- (C) Siglas pronunciáveis com mais de três letras devem ser escritas com todas as letras em maiúsculo.
- (D) Em siglas com formação mista, isto é, quando parte da sigla for soletrada e parte for pronunciada como palavra, as letras soletradas ficam em caixa alta e a parte que é pronunciável fica em caixa baixa.
- (E) Em relação ao gênero da sigla, deve-se observar a última palavra a partir da qual a sigla foi formada para saber se a concordância é com masculino ou feminino.
- 46. A Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (TRSI) tem como objetivo a criação de uma possível base para estabelecer um sistema de jornalismo ético, à medida que estabelece como princípio central que os jornalistas estão obrigados a ser responsáveis com o seu público. Essa teoria também traz algumas estratégias que podem garantir essa responsabilidade social e são chamadas de Meios para Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (MARS). Assinale a alternativa que NÃO se classifica como MARS.**
- (A) Estabelecimento de canais de comunicação com os leitores.
- (B) Criação de um colegiado representativo do público, formado por indivíduos de segmentos diversos da sociedade.
- (C) Colunas de Ombudsman/provedor dos leitores nos jornais.
- (D) Revistas especializadas em jornalismo e observatórios de imprensa.
- (E) Retirada dos editoriais nos jornais impressos e sites.

47. Qual é a técnica que consiste em extrair dados de sites e transportá-los para um formato mais simples e maleável para que possam ser analisados e cruzados com mais facilidade, sendo cada vez mais utilizada por jornalistas?

- (A) Outsourcing.
- (B) Data Scraping.
- (C) Downsizing.
- (D) Turnover.
- (E) Kaizen.

48. A pesquisa em comunicação, na América Latina, possui raízes no século XIX. No entanto sua institucionalização como campo científico ocorreu apenas nos últimos 40 anos do século XX. Sobre a consolidação desse panorama de pesquisas intitulado Escola Latino-Americana de Pensamento, assinale a alternativa correta.

- (A) O CIESPAL, Centro Interamericano de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, com sede em Quito, no Equador, foi protagonista na estruturação do saber científico comunicacional nessa região do continente americano. O CIESPAL contou com o apoio da UNESCO e tinha como objetivo primordial o desenvolvimento de modelos adequados para a formação de profissionais de comunicação.
- (B) A postura funcionalista da pesquisa latino-americana, que defendia que os meios de comunicação de massa, por si só, seriam capazes de gerar desenvolvimento independente das condições econômicas e políticas, não sofreu críticas, sendo aceita por grande parte da comunidade acadêmica.
- (C) Entre os principais teóricos e pesquisadores da Escola Latino-Americana, estão: Armand Mattelart e sua interpretação estrutural-marxista; Paulo Freire, com uma perspectiva cristã-marxista; José Marques de Melo, com a defesa de um modelo de comunicação preocupado com a mediação social da comunicação com a cultura popular e Charles Sanders Peirce, que defendia o estudo dos signos para compreensão da mensagem.

(D) Na Escola Latino-Americana, existiam métodos pré-definidos para a realização das pesquisas científicas. Esses métodos partiam do pressuposto de que a realidade econômica, social e política dos países latino-americanos era semelhante e, por isso, as pesquisas deveriam utilizar as mesmas metodologias, pois isso garantiria resultados mais próximos da realidade.

(E) Os teóricos da Escola Latino-Americana não consideravam os estudos e as pesquisas sobre telenovelas por acreditarem que elas não refletiam a identidade dos países e que eram produzidas como produtos para exportação. Desse modo, não poderiam ser consideradas elementos culturais, apenas como objetos da indústria cultural.

49. Sobre a teoria da Folkcomunicação, é correto afirmar que

- (A) é uma teoria desenvolvida pelo jamaicano Stuart Hall enquanto dirigiu o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea, na Inglaterra, de 1968 até 1969.
- (B) novelas, filmes exibidos no cinema, programas de rádio e reportagens publicadas em jornais impressos são exemplos de Folkcomunicação.
- (C) é considerada a primeira teoria genuinamente brasileira de comunicação e foi desenvolvida a partir dos estudos do professor e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão.
- (D) é uma teoria que tem o objetivo de estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa, como a televisão e o rádio, na sociedade.
- (E) almanaques, calendários, festas populares, literatura de cordel e demais expressões de grupos marginalizados não podem ser considerados exemplos de Folkcomunicação.

50. A teoria crítica, historicamente identificada como Escola de Frankfurt, reúne os primeiros trabalhos sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto da crítica ao capitalismo. Os pensadores desse panorama defendiam que toda a vida do indivíduo está programada, inclusive seu tempo livre, para a lógica de mercado e que as manifestações culturais e artísticas perderam sua essência e não passam de produtos de consumo. Considerando a Escola de Frankfurt, essas ideias resumem o principal conceito desenvolvido por seus pesquisadores, que é denominado

- (A) Entropia.
- (B) Indústria Cultural.
- (C) Espiral do Silêncio.
- (D) Imperialismo.
- (E) Racionalidade Tecnológica.

Raciocínio Lógico

51. No último recenseamento de um bairro em uma grande cidade, foram utilizadas folhas de sulfite, com um questionário impresso em cada folha, e canetas esferográficas para preencher os questionários, tal que foram utilizadas 1000 canetas e a quantidade de folhas de sulfite utilizada foi o quádruplo da quantidade de canetas. O custo de cada caneta foi de R\$ 2,00 e o custo de cada folha de sulfite foi de R\$ 0,10. Em um novo recenseamento nesse mesmo bairro, ficou estipulado que serão utilizados $\frac{1}{4}$ a menos de canetas e a metade de folhas de sulfite utilizadas no recenseamento anterior, mantido o custo de cada folha de sulfite, porém com um aumento de R\$ 0,05 no custo de cada caneta. Dessa forma, a economia no custo total para esse novo recenseamento será de

- (A) R\$ 1.122,75.
- (B) R\$ 662,50.
- (C) R\$ 507,45.
- (D) R\$ 1.258,73.
- (E) R\$ 362,25.

52. Duas competidoras irão fazer uma disputa particular em uma pista circular de atletismo, cujo comprimento total é de 600 metros. Por meio de medições em disputas anteriores, a corredora Alice corre a uma velocidade de 120 metros por minuto e a corredora Tereza corre a uma velocidade de 180 metros por minuto. Ambas correm no mesmo sentido da pista. Como Tereza é mais rápida que Alice, fica estipulado que Alice iniciará a corrida em um ponto da pista e Tereza somente entrará na competição no exato momento em que Alice passar novamente no ponto de partida, ou seja, quando ela completar 1 volta. Dado o início da prova, a quantidade de voltas completas que Tereza dará na pista até encontrar Alice no ponto de partida pela terceira vez será igual a

- (A) 15 voltas.
- (B) 6 voltas.
- (C) 9 voltas.
- (D) 3 voltas.
- (E) 12 voltas.

53. Se não é verdade que na próxima quinta-feira não haverá jogo de futebol e também não é verdade que no próximo domingo vai chover, então é correto afirmar que

- (A) na próxima quinta-feira não haverá jogo ou no próximo domingo vai chover.
- (B) se não houver jogo na próxima quinta-feira, então não vai chover no próximo domingo.
- (C) se chover no próximo domingo, então não haverá jogo na próxima quinta-feira.
- (D) ou na próxima quinta-feira haverá jogo ou no próximo domingo não vai chover.
- (E) haverá jogo na próxima quinta-feira e não vai chover no próximo domingo.

- 54. Comparando a agilidade de quatro rendeiras na confecção de uma toalha de mesa, sabe-se que Fabiana não é mais ágil que Paula, ou Claudia ou Larissa é a rendeira menos ágil entre as quatro, Larissa não é mais ágil do que Paula e é mais ágil do que duas outras rendeiras. Sabendo que a cada duas rendeiras as agilidades são sempre diferentes, é correto afirmar que**
- (A) Paula é a rendeira menos ágil.
 (B) Larissa é mais ágil que Paula.
 (C) Fabiana é mais ágil que Larissa.
 (D) Paula é a rendeira mais ágil.
 (E) Claudia é a rendeira menos ágil.
- 55. Se não é verdade que, se o carro é um Fiesta, então sua cor não é azul, é correto afirmar que**
- (A) o carro é um Fiesta e sua cor é azul.
 (B) ou o carro não é um Fiesta ou sua cor não é azul, nunca ambos.
 (C) se o carro é azul, então ele não é um Fiesta.
 (D) ou o carro é um Fiesta ou o carro é azul, nunca ambos.
 (E) o carro não é um Fiesta e sua cor não é azul.
- 56. O CNPq concede bolsas para a formação de recursos humanos no campo da pesquisa científica e tecnológica, em universidades, institutos de pesquisa, centros tecnológicos e de formação profissional, tanto no Brasil como no exterior. Confira alguns valores de bolsas no Brasil.**

Tabela de Valores de Bolsas no Brasil

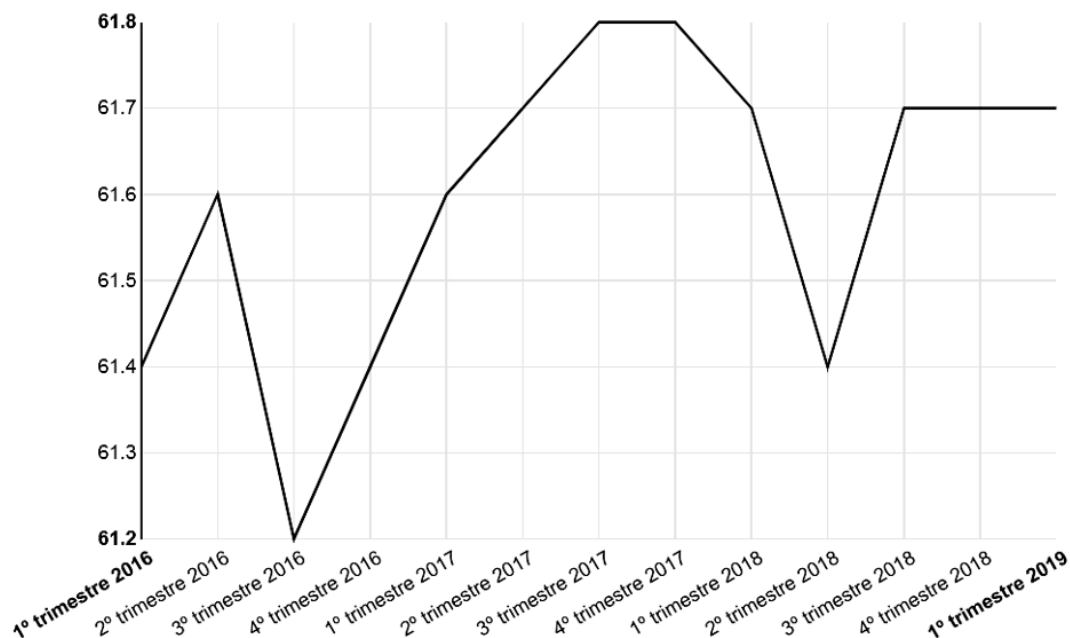
| Modalidade | Valor (R\$) |
|---------------------------------------|--------------------|
| Apoio Técnico à Pesquisa | 550,00 |
| Doutorado | 2.200,00 |
| Iniciação Científica | 400,00 |
| Iniciação Científica Júnior | 100,00 |
| Iniciação Tecnológica (PIBITI) | 400,00 |
| Mestrado | 1.500,00 |
| Pós-doutorado Sênior | 4.400,00 |
| Pós-doutorado Júnior | 4.100,00 |
| Pós-doutorado Empresarial | 4.100,00 |

Público Alvo: Jovens de ensino médio e superior, em nível de pós-graduação, interessados em atuar na pesquisa científica, e especialistas para atuarem em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) nas empresas e centros tecnológicos. (Disponível em: <<http://cnpq.br/no-pais/>>. Acesso em 28 de junho de 2019).

- Considerando os dados acima e sabendo que dois jovens foram contemplados, cada um com uma bolsa, tal que a soma dos valores das duas bolsas está entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00, então as duas bolsas concedidas foram de**
- (A) Iniciação Científica Júnior e Pós-doutorado Sênior.
 (B) Iniciação Tecnológica (PIBITI) e Doutorado.
 (C) Iniciação Científica e Pós-doutorado Empresarial.
 (D) Mestrado e Doutorado.
 (E) Apoio Técnico à Pesquisa e Mestrado.

57. No site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Divulgação Trimestral - 1º trimestre 2019 (PNADC/T), foi divulgado o seguinte gráfico que indica a taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) – Brasil:

PNADC/T - Taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) - Brasil



(Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/home/pnadct>>. Acesso em: 28 de junho de 2019).

Pelas informações obtidas por meio desse gráfico, assinale a alternativa correta.

- (A) A menor taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 4º trimestre de 2017.
- (B) Do 1º trimestre de 2018 até o 2º trimestre do mesmo ano, houve um aumento na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
- (C) A maior taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 3º trimestre de 2016.
- (D) A taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade manteve-se constante entre o 3º e o 4º trimestre de 2017.
- (E) Do 1º trimestre de 2016 até o 1º trimestre de 2019, houve uma variação de 0,9 % na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
58. Em um bairro de uma cidade existem 10 casas, numeradas de 1 a 10. Duas pessoas visitaram algumas dessas casas, para divulgação de um novo produto no mercado. Sabe-se que a primeira pessoa visitou as casas de número ímpar e a segunda visitou as casas cuja numeração era um número par e divisor de 8. Dessa forma, as casas que NÃO foram visitadas foram as que possuem as respectivas numerações iguais a
- (A) 2 e 10.
- (B) 4 e 10.
- (C) 6 e 10.
- (D) 2 e 8.
- (E) 4 e 8.

59. Sete candidatos a uma vaga em uma empresa (identificados pelas iniciais de seus nomes: A, B, C, D, E, F e G) foram convocados para uma dinâmica. Três desses candidatos já estavam previamente contratados, porém nenhum deles sabia desse fato. Havia ainda mais duas vagas para serem preenchidas. Para a primeira dinâmica proposta pela empresa, foi formado um grupo com cinco pessoas, sendo que os candidatos A e B não foram incluídos. Em seguida, foi formado um segundo grupo para participar da segunda dinâmica, também com cinco pessoas, sendo que os candidatos C e D não foram incluídos. Sabendo que os três candidatos previamente contratados fizeram parte dos dois grupos citados anteriormente, então as outras duas vagas poderão ser preenchidas pelos candidatos

- (A) A e F.
- (B) B e G.
- (C) C e B.
- (D) D e E.
- (E) E e A.

60. Para obter a informação sobre a origem de seus funcionários, identificados pelo estado em que nasceram, uma empresa selecionou um grupo de funcionários. Após essa seleção, foi obtido que

$\frac{1}{3}$ das pessoas eram do estado da Bahia, $\frac{3}{7}$ das pessoas eram do estado do Rio de Janeiro, $\frac{1}{9}$ das pessoas eram do estado do Paraná e o restante era do estado de Minas Gerais.

Dessa forma, a fração que representa a quantidade de pessoas originárias do estado do Rio de

Janeiro em relação à quantidade de pessoas originárias do estado da Bahia é igual a

- (A) $\frac{9}{7}$.
- (B) $\frac{1}{10}$.
- (C) $\frac{4}{9}$.
- (D) $\frac{9}{4}$.
- (E) $\frac{4}{7}$.

.....
ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.
.....



FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE

EDITAL DE PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO Nº02/2019

NÍVEL SUPERIOR

ANALISTA CENSITÁRIO

JORNALISMO

Nome do Candidato _____

Inscrição _____

COMPOSIÇÃO DO CADERNO

Língua Portuguesa 01 a 15

Conhecimentos Específicos 16 a 50

Raciocínio Lógico 51 a 60

INSTRUÇÕES

1. Confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição na Folha de Respostas. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração. Preencha os campos destinados à assinatura e ao número de inscrição. Qualquer divergência, comunique ao fiscal.
2. O único documento válido para avaliação é a Folha de Respostas. Só é permitido o uso de caneta esferográfica transparente de cor azul ou preta para o preenchimento da Folha de Respostas, que deve ser preenchida da seguinte maneira: ●
3. O prazo de realização da prova é de 4 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas. Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação, não podendo, no entanto, levar o Caderno de Questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas.
4. Ao término de sua prova, comunique ao fiscal, devolvendo-lhe a Folha de Respostas devidamente preenchida e assinada. O candidato somente poderá levar consigo o Caderno de Questões, ao final da prova, se sua saída ocorrer nos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário determinado para o término das provas.
5. Os 3 (três) últimos candidatos só poderão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do envelope de retorno.
6. As provas e os gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do Instituto AOCP - www.institutoaocp.org.br, no dia posterior à aplicação da prova.
7. O NÃO cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas incorrerá na eliminação do candidato.

PROVA

04

**LEMBRE-SE DE MARCAR O NÚMERO
CORRESPONDENTE À SUA PROVA NA
FOLHA DE RESPOSTAS!**

ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.

Língua Portuguesa

TEXTO I

O último paradoxo da vida moderna: por que ficamos presos ao celular, mas odiamos falar por telefone?

Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp

SILVIA LÓPEZ

Para iniciar um texto, Hemingway dizia a si mesmo: “Escreva a frase mais verdadeira que você conhece”. Neste caso, seria: a psicóloga Cristina Pérez, do Siquia, respondeu por meio de mensagens de áudio às perguntas que lhe enviamos por email. Essa curiosidade metajornalística não tem importância, não altera a qualidade de suas respostas, só ilustra a variedade e fluidez de opções com as quais podemos nos comunicar hoje. Recebemos um email? Respondemos com um áudio. Chegou um áudio de WhatsApp? Respondemos com um texto. Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: “Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever”. O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.

A ligação telefônica – que, até não muito tempo atrás, esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal – se tornou uma presença intrusiva e incômoda, perturbadora e tirânica, mas por quê? “Uma das razões é que quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo que estávamos fazendo, ou simplesmente não temos vontade de falar nesse momento”, explica a psicóloga Cristina Pérez. “Por outro lado, também exige de nós uma resposta imediata, ao contrário do que ocorre na comunicação escrita, que nos permite pensar bem no que queremos dizer. E a terceira razão seria o fato de não poder saber de antemão qual será a duração do telefonema”, acrescenta.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/01/tecnologia/1559392400_168692.html>. Acesso em: 25 jun. 2019

As questões de 1 a 10 se referem ao texto I.

- 1. Em “[...] esperávamos com alegria ou tolerávamos com resignação, mas nunca evitávamos com uma rejeição universal.”,**
 - (A) há uma relação de oposição entre esperar com alegria e tolerar com resignação.
 - (B) a acentuação de “esperávamos”, “tolerávamos” e “evitávamos” se deve ao fato de serem verbos.
 - (C) não é possível identificar os sujeitos dos verbos presentes no excerto.
 - (D) todos os verbos apresentam o mesmo sujeito e estão no mesmo modo.
 - (E) o uso da vírgula é facultativo.
- 2. É um sinônimo da palavra “ligação” o vocábulo**
 - (A) “email”.
 - (B) “telefone”.
 - (C) “telefonema”.
 - (D) “celular”.
 - (E) “áudio de WhatsApp”.
- 3. A repetição de “esperamos”, em “Recebemos um telefonema? Não respondemos. Esperamos. Esperamos. E escrevemos: [...]”,**
 - (A) indica que o retorno é dado depois de um tempo considerável após a ligação.
 - (B) indica que o retorno é dado imediatamente após a ligação.
 - (C) não dá nenhum indício sobre o tempo transcorrido até o retorno.
 - (D) deveria ser eliminada, pois se trata de um problema de coesão.
 - (E) enfatiza a pouca frequência com que se recebem telefonemas.

4. **Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “ [...] ‘Você me ligou? Não posso falar, é melhor me escrever’.”.**

- (A) Você ligou-me? Não posso falar, é melhor eu escrever.
- (B) Ligastes para mim? Não posso falar, escreve a mim que és melhor.
- (C) Me ligou? Não posso falar, escrever é melhor para mim.
- (D) Você ligou para mim? Não posso falar, é melhor que me escreva.
- (E) Me ligou? Não posso falar, me escreve que é melhor.

5. **Em relação ao excerto “Não deixe uma ligação rápida arruinar uma longa e confusa série de mensagens de WhatsApp”, é correto afirmar que**

- (A) ele é um conselho para as pessoas não receberem ligações rápidas.
- (B) a palavra “rápida” caracteriza “ligação” enquanto as palavras “longa”, “confusa” e “série” caracterizam “mensagens”.
- (C) ele é irônico, pois o conteúdo que se pretende veicular possui o significado contrário daquilo que é posto.
- (D) ele está no modo imperativo, indicando um pedido para que as pessoas não diminuam o uso de WhatsApp.
- (E) a palavra “série” está sendo utilizada com o mesmo significado que na frase: “A antiga 5ª série equivale hoje ao 6º ano”.

6. **De acordo com o texto, é correto afirmar que**

- (A) a autora seguiu o conselho de Hemingway.
- (B) a curiosidade metajornalística citada pela autora não tem importância para a temática do texto.
- (C) não há resposta para a pergunta presente no título.
- (D) a ligação telefônica está presente na vida das pessoas.
- (E) respondemos e-mails com áudios porque nos comunicamos melhor oralmente do que pela escrita.

7. **No segundo parágrafo do texto, a informação entre travessões**

- (A) descreve três atitudes negativas em relação à ligação telefônica.
- (B) é constituída por três ações que se excluem mutuamente.

- (C) é constituída por verbos que não requerem um complemento.
- (D) restringe o sentido do termo “ligação telefônica”.
- (E) completa o sentido do termo “ligação telefônica”.

8. **Assinale a alternativa que apresenta a reescrita adequada, sintática e semanticamente, para o seguinte excerto: “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular, mas temos fobia das ligações telefônicas.”.**

- (A) O paradoxo do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas.
- (B) A incoerência do grande vício do século consecutivo é estarmos presos ao celular, mas ficarmos doentes sem as ligações telefônicas.
- (C) No século XXI, é contraditório estar preso ao celular por ter medo das ligações telefônicas.
- (D) Temos medo das ligações telefônicas porque estamos presos ao celular; esse é o paradoxo do grande vício do século XXI.
- (E) Estarmos presos ao celular, mas termos fobia das ligações telefônicas é a incoerência do grande vício do século vigente.

9. **Assinale a alternativa em que a expressão em destaque NÃO indica circunstância de tempo, NÃO sendo, portanto, um adjunto adverbial de tempo ou uma oração subordinada adverbial temporal.**

- (A) “O paradoxo do grande vício do século XXI é que estamos presos ao celular [...]”.
- (B) “[...] quando recebemos uma ligação, ela interrompe algo [...]”.
- (C) “[...] simplesmente não temos vontade de falar nesse momento [...]”.
- (D) “[...] saber de antemão qual será a duração do telefonema [...]”.
- (E) “[...] opções com as quais podemos nos comunicar hoje.”.

10. **Qual é a relação de sentido estabelecida no excerto “Não posso falar, é melhor me escrever”?**

- (A) Contraste.
- (B) Causalidade.
- (C) Adição.
- (D) Conformidade.
- (E) Finalidade.

TEXTO II

Você é o que você se diz: a ciência do diálogo interno

PILAR JERICÓ

Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior. A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade de enfrentar as dificuldades e determina a tomada de decisões. A autoafirmação, ou pensar coisas positivas sobre nós mesmos, é uma ferramenta muito útil para reforçar a autoestima. Entretanto, não vale qualquer comentário. Já ficou comprovado que frases como “aguento tudo” ou “sou uma pessoa superagradável” não ajudam muito. Quem as expressa não está realmente convencido disso, então essas expressões podem ter efeito contrário. A ciência do diálogo interior nos dá pistas sobre as técnicas que tornam nossas autoafirmações eficazes: devemos imaginar futuras situações agradáveis e nos tratar na segunda pessoa.

Adaptado de: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/05/ciencia/1557083642_455016.html>. Acesso em: 25 jun. 2019.

As questões de 11 a 15 se referem ao texto II.

- 11. Em “Se você quiser variar a percepção que tem sobre você, precisa alterar seu diálogo interior.”, a relação de sentido que se estabelece é de**
- (A) condição.
 - (B) tempo.
 - (C) conclusão.
 - (D) concessão.
 - (E) contraste.
- 12. Em “A forma como você conversa consigo mesmo condiciona sua capacidade [...]”, o termo em destaque poderia ser substituído adequadamente por**
- (A) “que”.
 - (B) “cuja”.
 - (C) “onde”.
 - (D) “para qual”.
 - (E) “pela qual”.

- 13. Assinale a alternativa em que a palavra formada, assim como “autoafirmação” e “superagradável”, é grafada sem hífen.**
- (A) auto + hipnose.
 - (B) auto + observação.
 - (C) super + herói.
 - (D) super + requintado.
 - (E) super + salário.
- 14. De acordo com o texto, é correto afirmar que**
- (A) conversar consigo mesmo pode combater a depressão.
 - (B) a imaginação é importante no processo de melhora da autoestima.
 - (C) as pessoas que não conversam com elas mesmas não têm autoestima.
 - (D) falar consigo mesmo na primeira pessoa não ajuda porque isso não reflete como as outras pessoas falam conosco.
 - (E) o diálogo interior só é possível a partir de um diálogo exterior, no qual está presente uma segunda pessoa.
- 15. Assinale a alternativa que apresenta um exemplo de tratamento na segunda pessoa do singular.**
- (A) Eu sou capaz de vencer meus desafios.
 - (B) Juntos, nós podemos transformar o mundo.
 - (C) Você é forte para superar os obstáculos da vida.
 - (D) As pessoas não vão abalar minha autoconfiança.
 - (E) Sempre é possível evoluir como ser humano.

Conhecimentos Específicos

16. O Estado democrático de direito tem o dever de prestar contas à sociedade e interagir com todos os seus segmentos e o canal mais eficaz para que isso aconteça é a mídia jornalística. Assim, o jornalista que atua como assessor de imprensa em órgãos públicos deve se guiar pelo princípio de que os cidadãos têm o direito de saber o que ocorre nas repartições, secretarias, ministérios e demais órgãos que integram o setor público. Com base no exposto, assinale a alternativa que NÃO se inclui nas atribuições desse profissional.

- (A) O atendimento adequado às necessidades de toda a imprensa quanto a notícias de utilidade e interesse da sociedade.
- (B) A mediação entre as empresas privadas, organizações da sociedade e mídia jornalística com o órgão público em que trabalha, fornecendo as informações necessárias e facilitando o acesso a dados e serviços públicos.
- (C) A apuração e a distribuição de informações de interesse da sociedade normalmente não cobertas pelos veículos de comunicação, inclusive os de grande porte.
- (D) A interação nas mídias sociais, que é imprescindível na comunicação atual do setor público.
- (E) A seleção de veículos de comunicação que registram maior audiência para o fornecimento de pautas exclusivas.

17. A internet e as redes sociais conferiram aos cidadãos um infinito poder de comunicação e provocaram a queda da barreira entre emissor e receptor que até então existia. Assim, os indivíduos, na contemporaneidade, também são comunicadores e estão cada vez mais exigentes em relação ao trabalho que é desenvolvido por jornalistas. As ferramentas tecnológicas possibilitaram o desenvolvimento de uma forma de comunicação mais próxima da sociedade e, por isso, encontram-se cada vez mais presentes nas rotinas produtivas das assessorias de imprensa. Sobre o uso das redes sociais nesse setor, assinale a alternativa correta.

- (A) Com o avanço das redes sociais, houve uma perceptível queda no número de aparelhos de rádio e televisão nas residências brasileiras, já que hoje 90% da população nacional possui acesso à internet. Por isso, os assessores de imprensa devem privilegiar a divulgação de dados e informações no ambiente virtual.
- (B) A interação nas redes sociais exige mobilização permanente por parte da assessoria de imprensa, com respostas em tempo real às críticas e pedidos de informação e esclarecimentos sobre quaisquer tipos de consulta, já que o ineditismo é a essência dessas novas ferramentas.
- (C) Como a rotina de um assessor de imprensa é repleta de compromissos e atividades, deve-se privilegiar algumas estratégias para a obtenção de resultados eficazes. Assim, quando o tempo é escasso, é preferível abastecer as redes sociais com conteúdo do que realizar o follow-up com os veículos de comunicação.
- (D) A utilização das redes sociais pelas assessorias de imprensa tornou o processo de envio de informações sobre o assessorado ao público instantâneo, o que diminuiu a necessidade de realizar coletivas de imprensa com veículos de comunicação já que os jornalistas conseguem material para as reportagens por meio do conteúdo on-line disponibilizado.
- (E) Para que haja engajamento, os textos de posts nas redes sociais devem ter o formato de uma reportagem jornalística, trazendo ao leitor informações não apenas sobre o fato principal, como também sobre os correlatos. Assim, o ideal é que o texto tenha mais de 400 palavras, o que equivale a uma página de programas processadores de texto.

18. Sobre o uso de hashtags em posts de redes sociais, assinale a alternativa correta.

- (A) Hashtags funcionam como um indexador de assuntos nas redes sociais, portanto, é necessário verificar quais seriam as mais adequadas para o post, ou seja, as mais populares para o tema que será adotado em seu conteúdo.
- (B) Utilizar hashtags que informam o local ou a cidade onde determinado produto ou serviço é desenvolvido pode prejudicar o engajamento com o post, já que a divulgação de localização impede que o conteúdo circule em escala nacional ou global, restringindo-se apenas à realidade local.
- (C) É possível e recomendado utilizar mais de uma hashtag ao final de um post, desde que seus conteúdos e significados não estejam relacionados.
- (D) O uso de hashtags no Instagram é dispensável para que ocorra a conexão e o engajamento da empresa ou órgão público com seu público alvo. Uma boa fotografia e uma legenda criativa são capazes de indexar o conteúdo nas ferramentas de busca.
- (E) Hashtags são feitas para que o seu público alvo encontre mais facilmente as suas mensagens, por isso é recomendado utilizar o máximo delas permitido por cada rede social. No Instagram, por exemplo, o usuário pode utilizar até trinta hashtags em cada post.

19. A lista que contém informações sobre jornalistas, como endereço de e-mail, telefone, nome, veículo de atuação e editoria em que trabalha, e que é utilizada para disparar releases e outros assuntos simultaneamente é chamada de

- (A) media training.
- (B) follow-up.
- (C) mailing.
- (D) cerimonial.
- (E) email marketing.

20. A Lei nº 12.527/2011, também conhecida como Lei de Acesso à Informação, regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas. Essa norma entrou em vigor em 16 de maio de 2012 e criou mecanismos que possibilitam o recebimento de informações públicas dos órgãos e entidades. Sobre a LAI, assinale a alternativa correta.

- (A) A Lei deve ser cumprida pelos órgãos da administração pública direta. Os órgãos e entidades da administração pública indireta ficam dispensados da observância da LAI, pois possuem regras e princípios próprios da administração privada.
- (B) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação. Nesse caso, a publicidade a que estão submetidas refere-se à parcela dos recursos recebidos e à sua destinação.
- (C) Os Tribunais de Contas, Ministério Público e órgãos integrantes do Poder Judiciário, como o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça, não são obrigados a cumprir a Lei de Acesso à Informação já que possuem legislações independentes que protegem a divulgação de todas as decisões, conteúdos jurídicos e relação de despesas. O objetivo é garantir a eficiência e a imparcialidade do trabalho desenvolvido por esses órgãos.
- (D) As entidades sem fins lucrativos que receberam recurso públicos para realização de ações de interesse público, diretamente do orçamento ou mediante subvenção social, contrato de gestão, termo de parceria, convênio, acordo e ajuste, não estão obrigadas ao cumprimento da Lei de Acesso à Informação.
- (E) A LAI deve ser cumprida pelos órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, Judiciário e Ministério Público, pelas autarquias e pelas fundações públicas. As empresas públicas, sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios não estão sujeitas ao cumprimento da LAI.

21. No que se refere às regras para obtenção de informação por meio da Lei de Acesso à Informação, assinale a alternativa correta.

- (A) Qualquer interessado, pessoa física ou jurídica, poderá apresentar pedido de acesso a informações aos órgãos e entidades públicas, por qualquer meio legítimo, devendo o pedido conter a identificação do requerente e a especificação da informação requerida.
- (B) Apenas pessoas físicas podem requerer o acesso a informações por meio da Lei de Acesso à Informação. Não é necessário apresentar o motivo do pedido.
- (C) Além da identificação e especificação da informação requerida, o requerente, pessoa física ou jurídica, precisa dizer por que e para que deseja a informação.
- (D) Quando não for autorizado o acesso por se tratar de informação total ou parcialmente sigilosa, não haverá possibilidade de recurso por parte do requerente e o pedido será arquivado.
- (E) O requerente não tem direito a obter o inteiro teor de decisão de negativa de acesso à informação, por certidão ou cópia.

22. Para garantir a efetividade do acesso à informação pública, a legislação sobre direito à informação (Lei nº 12.527/2011) observa um conjunto de padrões estabelecidos com base nos melhores critérios e práticas internacionais. Dentre esses princípios, destaca-se que

- (A) acesso é a regra, o sigilo, a exceção.
- (B) é preciso que o requerente justifique por que e para que deseja a informação.
- (C) a definição do sigilo de informações é um ato discricionário, ou seja, a autoridade requerida é quem decide, a cada caso, se é possível atender ao pedido do requerente ou não.
- (D) as informações só serão transmitidas ao requerente após o pagamento do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF). As arrecadações dos pedidos da LAI são revertidas ao Fundo de Modernização do Poder Judiciário da União.

- (E) como grande parte dos órgãos da administração pública direta e indireta apresentam uma pequena quantidade de servidores públicos, a forma encontrada pela LAI para não sobrecarregar as rotinas produtivas de trabalho é que a divulgação das informações ocorra apenas de maneira passiva e não ativa. Assim, os servidores agem apenas quando provocados.

23. Os sítios na Internet dos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta deverão, em cumprimento às normas estabelecidas pela Lei de Acesso à Informação, atender aos seguintes requisitos, EXCETO

- (A) conter formulário para pedido de acesso à informação.
- (B) conter ferramenta de pesquisa de conteúdo que permita o acesso à informação de forma objetiva, transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.
- (C) garantir a acessibilidade de conteúdo para pessoas com deficiência.
- (D) garantir autenticidade e integridade das informações disponíveis para acesso.
- (E) garantir que o requerente não possa se comunicar por telefone ou cartas com o órgão público, já que a LAI defende que todos os pedidos e comunicações devem ser realizados por meio eletrônico.

24. Para a classificação da informação em grau de sigilo, deverá ser observado o interesse público da informação e utilizado o critério menos restritivo possível, considerando a gravidade do risco ou dano à segurança da sociedade e do Estado e o prazo máximo de classificação em grau de sigilo ou o evento que defina seu termo final. Considerando o que a LAI (Lei nº 12.527/2011) versa sobre os prazos máximos de classificação, assinale a alternativa correta.

- (A) Grau reservado: três anos.
- (B) Grau reservado: dez anos.
- (C) Grau reservado: cinco anos.
- (D) Grau reservado: quinze anos.
- (E) Grau reservado: vinte e cinco anos.

25. Os Estados Unidos é considerado o país pioneiro no exercício de assessoria de imprensa, pois, em 1906, um jornalista que atuava em Nova Iorque decidiu abandonar o ofício para abrir o primeiro escritório de Relações Públicas de que se tem notícia. O profissional havia sido contratado pelo empresário John Rockefeller para recuperar sua credibilidade e imagem que estavam desgastadas devido ao tratamento inadequado dispensado aos grevistas de suas empresas e as acusações de monopólio no setor de combustíveis. Quem é esse jornalista precursor na assessoria de imprensa?

- (A) Orson Welles.
- (B) Ivy Lee.
- (C) William Stead.
- (D) Robert Ezra Park.
- (E) Alton Parker.

26. Um jornalista trabalha como repórter de televisão em uma emissora durante o período matutino e como assessor de imprensa do IBGE na mesma cidade à tarde. Acerca dessa situação, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros estabelece que

- (A) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor, sem necessidade de comunicação a chefia.
- (B) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, tanto nas instituições públicas como nas privadas, desde que ele comunique ao seu chefe.
- (C) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições privadas onde eventualmente seja assessor.
- (D) o jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, apenas nas instituições públicas onde eventualmente seja assessor.
- (E) o jornalista não pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja assessor.

27. As assessorias de imprensa, principalmente no setor público, são as responsáveis pelo gerenciamento de crises e pela preservação e recuperação da imagem de uma empresa privada ou órgão público e de seus representantes. Carlos, chefe de setor de um órgão público, foi falsamente acusado de corrupção ativa e lavagem de dinheiro por um jornal impresso de uma cidade do interior. Entre as estratégias corretas para gerenciar a crise, está

- (A) a recusa aos pedidos de entrevistas e esclarecimentos por parte de outros veículos de comunicação, privilegiando o silêncio à alimentação do noticiário.
- (B) a interação com mídias estaduais e nacionais com o objetivo de contrapor, com mais peso, as informações falaciosas ou inverídicas que foram veiculadas pelo jornal impresso local.
- (C) a ausência de nota resposta ao veículo que publicou a matéria falaciosa como forma de advertência pelo erro cometido.
- (D) a publicação de conteúdos diversos nas redes sociais do órgão ao qual o agente público está vinculado como forma de encobrir a veiculação das notícias falsas e orientar a atenção do público para outras questões.
- (E) a ocultação do jornal que publicou as informações falaciosas de toda a equipe que trabalha com o agente vítima da falsa acusação, já que os colegas podem acreditar no que foi publicado, o que atingirá a credibilidade do chefe e a eficiência do setor.

- 28. O IBGE se prepara para divulgar o Rendimento Domiciliar per capita (RDPC) e o Coeficiente de Desequilíbrio Regional (CDR) referentes ao ano de 2018 para as Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Os dados foram obtidos com base nas informações obtidas na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. Para que essa pesquisa, obtenha bons índices de mídia espontânea, ou seja, publicações gratuitas pelos veículos de comunicação, é necessário que o assessor de imprensa**
- (A) desenvolva um único modelo de release com as principais informações sobre a pesquisa e envie para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão, rádio, sites e jornais impressos. A padronização do release confere maior credibilidade à assessoria de imprensa e torna a rotina produtiva mais eficiente.
- (B) desenvolva um modelo de release para cada área midiática. Assim é recomendado, por exemplo, enviar para o mailing dos jornalistas que trabalham em televisão um release que siga o modelo de uma pauta e contenha sugestões de imagens e de entrevistados.
- (C) não realize o *follow-up*, já que as ligações desse profissional para os jornalistas no meio do expediente podem, ao invés de garantir espaço para a pesquisa nos meios de comunicação, irritar os profissionais, fazendo com que eles privilegiem pautas de outros assessores.
- (D) privilegie os meios de comunicação de massa tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, em vez daqueles provenientes da revolução tecnológica, como blogs, sites, perfis em redes sociais e portais do terceiro setor. Os veículos classificados como "off" garantirão resultados mais eficazes a esse tipo de notícia.
- (E) convença o setor responsável a investir recursos financeiros na contratação de outdoors, busdoors, spots de rádio e propagandas na televisão sobre os resultados da pesquisa, pois é difícil que haja engajamento da sociedade apenas com a divulgação por mídia espontânea.
- 29. Assinale a alternativa que NÃO apresenta uma das funções desenvolvidas pela assessoria de imprensa.**
- (A) Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits.
- (B) Relacionamento formal e informal com os produtores, repórteres e editores da mídia.
- (C) Acompanhamento de entrevistas de suas fontes e organização de coletivas.
- (D) Participação na definição de estratégias de comunicação.
- (E) Desenvolvimento de software de aplicativos temáticos.
- 30. Entrevistas à imprensa precisam ser preparadas quando a empresa ou instituição tem algum fato a comunicar à opinião pública. O processo de treinamento dos porta-vozes de determinada organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em encontros de relacionamento, denomina-se**
- (A) key messages.
- (B) voice recording.
- (C) try to speaking.
- (D) media training.
- (E) leader coaching.
- 31. O documento que traz a ordem das reportagens em um telejornal e que prevê a entrada de repórteres ao vivo, entrevistas em estúdio, divisão dos blocos, intervalos e encerramento do jornal é chamado de**
- (A) sequência.
- (B) retransmissão.
- (C) espelho.
- (D) lauda.
- (E) escalada.

32. Analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta as corretas. No texto para telejornal, que inclui a redação de textos em off, notas cobertas, nota-pé e cabeças, para se garantir comunicação eficaz com o telespectador, deve-se

- I. evitar as frases curtas.
- II. fazer uso de adjetivos.
- III. adotar a ordem direta na construção das orações.
- IV. evitar a repetição de informações.
- V. separar cada ideia em uma frase.

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

33. Entrevista é a técnica de obter matérias de interesse jornalístico por meio de perguntas e respostas, sendo um dos instrumentos de pesquisa do repórter. Considerando as técnicas de entrevista, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- () Perguntas frouxas e equivocadas pressupõem respostas do mesmo teor. A inteligência das questões e a descoberta do mote correto podem transformar conversas aparentemente inócuas em grandes depoimentos.
- () É importante que o entrevistador seja o condutor da entrevista. Ele só estará no comando se estiver bem informado e bem preparado.
- () Em entrevistas com autoridades políticas, o imprevisto do repórter pode ser um grande aliado. O entrevistado ficará mais à vontade para responder às perguntas se perceber que o repórter não domina o assunto.
- () É fundamental que a primeira pergunta ao entrevistado seja a pergunta-chave da entrevista, pois, caso seja deixada para o final, o repórter poderá se esquecer de fazê-la ou o entrevistado poderá negar-se a responder.
- () É recomendado que o repórter grave ou anote as palavras-chave da entrevista, já que muitas declarações envolvem números ou nomes de difícil entendimento.

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

34. São considerados gêneros jornalísticos opinativos:

- (A) caricatura, crônica, roteiro e carta.
- (B) caricatura, resenha, crônica e entrevista.
- (C) caricatura, editorial, carta e artigo.
- (D) dossiê, perfil, enquete e cronologia.
- (E) comentário, editorial, resenha, reportagem.

35. Devido às mudanças trazidas pelo ambiente digital, o jornalista precisa aprimorar algumas rotinas tradicionais do trabalho. Considerando as novas formas de comunicação provenientes do avanço tecnológico e a atuação do assessor de imprensa na contemporaneidade, assinale a alternativa correta.

- (A) O release precisa ser multimídia. Além dos aspectos textuais, é importante contar com o apoio de fotos, vídeos, conteúdos de redes sociais e áudios.
- (B) Com a presença cada vez maior dos jornalistas nas redes sociais, a prática do follow-up se tornou defasada já que ligações telefônicas durante a jornada de trabalho podem tornar o assessor de imprensa inconveniente.
- (C) Não é recomendado o envio de pautas e a realização de contatos com jornalistas por meio de aplicativos como o WhatsApp.
- (D) O contato do assessor de imprensa com os jornalistas dos veículos de comunicação deve ser feito exclusivamente através de e-mail corporativo.
- (E) Não é recomendado que o assessor de comunicação segmente o envio de releases. É aconselhável que esse envio seja realizado para o maior número de contatos possíveis.

36. A estratégia desenvolvida pelas assessorias de comunicação para gerar valor, relacionamento e autoridade por meio da informação, blogs, sites e newsletters, captando a atenção da audiência e proporcionando uma experiência com a marca desde o primeiro contato denomina-se

- (A) E-commerce.
- (B) marketing de conteúdo.
- (C) corrida de resultados.

- (D) marketing social.
- (E) comunicação informacional externa.

37. O Diretor de Pesquisas do IBGE notou que os servidores de sua equipe estão desestimulados, o que está atrapalhando o cumprimento de metas do setor. Eles também desconhecem notícias importantes sobre o IBGE que são veiculadas na mídia e, devido à falta de comunicação interna, muitas vezes, realizam um serviço que já foi feito. Preocupado, o Diretor procurou a assessoria de comunicação do Instituto e solicitou que fossem desenvolvidas estratégias para solucionar os problemas. Entre as estratégias que podem ser desenvolvidas pela assessoria, está

- (A) a orientação ao Diretor para que procure o departamento de Recursos Humanos do IBGE, que é o setor responsável pelo desempenho dos servidores e pelo engajamento destes no ambiente organizacional.
- (B) o desenvolvimento de marketing de conteúdo interno e de canais de comunicação capazes de incluir os servidores na cultura e nos objetivos do setor de pesquisas do IBGE, como criação de newsletter e de um e-mail ou um grupo de WhatsApp. Para isso, é preciso que a área de comunicação interna trabalhe lado a lado com o setor de recursos humanos e com os gestores.
- (C) a contratação de uma agência de publicidade para o desenvolvimento de uma campanha, com veiculação nas emissoras de rádio e televisão, que consiga transmitir ao grande público as iniciativas que o IBGE desenvolve para valorizar seus servidores.
- (D) o bloqueio do acesso dos servidores às redes sociais como Facebook e Instagram nos computadores do IBGE para que não haja conversas, posts inapropriados e estímulo a reclamações. Esse bloqueio permitirá maior foco nas rotinas produtivas do departamento de pesquisas.
- (E) Como estratégia prioritária, desenvolver um release informando à grande imprensa que o IBGE desenvolverá um sistema permanente de avaliação de seus funcionários como forma de combater o desestímulo no ambiente laboral e as baixas performances dos servidores.

38. As empresas privadas e até mesmo órgãos públicos têm adotado uma nova estratégia comunicacional que é baseada na criação e no compartilhamento de conteúdo voltado para um público-alvo específico com o objetivo de estabelecer um relacionamento duradouro. Em outras palavras, em vez de interromper os clientes em potencial, a ideia é atraí-los por meio de conteúdo relevante. Essa estratégia é denominada

- (A) Storytelling.
- (B) Marketing Digital.
- (C) Inbound Marketing.
- (D) Outbound Marketing.
- (E) B2C (do inglês, business to consumer).

39. São consideradas ferramentas de Inbound Marketing:

- (A) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e automação de e-mail-marketing.
- (B) SEO, flyers, outdoors, mala-direta.
- (C) propaganda em rádio e televisão, SEO, mala-direta, prospecção em empresas.
- (D) prospecção em empresas, telemarketing, análise de métricas, mala direta.
- (E) gerenciamento de blogs, SEO, análise de métricas e telemarketing.

40. A otimização para mecanismos de busca, conhecida também como SEO (do inglês Search Engine Optimization), é um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Essas otimizações visam alcançar bons rankings orgânicos, gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Sobre o uso e as estratégias de SEO, assinale a alternativa correta.

- (A) No buscador Google, os resultados pagos aparecem no fim da página, sinalizados por uma marcação verde com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (B) Os resultados pagos, também chamados de orgânicos, aparecem no topo da página, sinalizados por uma marcação amarela com o texto “Ad” ou “anúncio”. Para ocupar esses espaços, as empresas pagam por clique através de uma ferramenta do próprio Google chamada Google Adwords.
- (C) SEO title é o título interno de um blog, aquele que o leitor verá quando já tiver acessado o seu conteúdo. Sua função é fazer com que o leitor que já acessou o post tenha ainda mais interesse em ler o conteúdo.
- (D) O tempo de permanência na página é um dos principais fatores de ranqueamento do Google. Quanto menos tempo o leitor permanece na página, com mais eficiência o Google interpreta que aquele conteúdo responde à dúvida da pessoa.
- (E) O tamanho influencia diretamente nos rankings do Google. A média de tamanho dos conteúdos que figuram nas primeiras posições é de aproximadamente 2.500 palavras. Isso porque o Google procura os conteúdos mais completos, que esclareçam as dúvidas dos leitores.

41. Realizar um planejamento para redes sociais é essencial para aproveitar todo o potencial que as mídias digitais podem oferecer para uma empresa ou órgão público. Considerando que você trabalha na Assessoria de Comunicação de uma empresa, assinale a alternativa que apresenta a estratégia adequada para produzir conteúdos e analisar resultados em redes sociais.

- (A) É importante estabelecer uma programação para as redes sociais com os dias da semana e o horário em que os posts vão ao

ar. É recomendado que essa programação permaneça inalterada e seja cumprida conforme foi estabelecida.

- (B) Não é recomendado interagir, nas redes sociais, com as páginas de outras empresas e órgãos públicos do mesmo nicho do local onde você trabalha, já que isso pode fazer com que os seguidores de sua página migrem para as concorrentes.
- (C) Os influenciadores são uma das grandes tendências do momento. Trabalhar com esses profissionais pode ser um catalisador para sua popularidade. Mas lembre-se de tomar algumas precauções antes de aliar sua marca à imagem de uma pessoa.
- (D) Um post que obteve um resultado positivo no orgânico provavelmente não performará bem nos posts patrocinados.
- (E) KPI, do inglês, Key Performance Indicator, é sinônimo de métrica e significa o conjunto de fatores para medir se uma ação ou um conjunto de iniciativas estão efetivamente atendendo aos objetivos propostos pela organização.

42. Sobre o uso de siglas nos diversos formatos jornalísticos, assinale a alternativa correta.

- (A) Siglas com até três letras devem ser escritas em minúsculo.
- (B) Siglas cujas letras são soletradas são escritas em minúsculo.
- (C) Siglas pronunciáveis com mais de três letras devem ser escritas com todas as letras em maiúsculo.
- (D) Em siglas com formação mista, isto é, quando parte da sigla for soletrada e parte for pronunciada como palavra, as letras soletradas ficam em caixa alta e a parte que é pronunciável fica em caixa baixa.
- (E) Em relação ao gênero da sigla, deve-se observar a última palavra a partir da qual a sigla foi formada para saber se a concordância é com masculino ou feminino.

43. A Teoria da Responsabilidade Social da Imprensa (TRSI) tem como objetivo a criação de uma possível base para estabelecer um sistema de jornalismo ético, à medida que estabelece como princípio central que os jornalistas estão obrigados a ser responsáveis com o seu público. Essa teoria também traz algumas estratégias que podem garantir essa responsabilidade social e são chamadas de Meios para Assegurar

a Responsabilidade Social da Mídia (MARS). Assinale a alternativa que NÃO se classifica como MARS.

- (A) Estabelecimento de canais de comunicação com os leitores.
- (B) Criação de um colegiado representativo do público, formado por indivíduos de segmentos diversos da sociedade.
- (C) Colunas de Ombudsman/provedor dos leitores nos jornais.
- (D) Revistas especializadas em jornalismo e observatórios de imprensa.
- (E) Retirada dos editoriais nos jornais impressos e sites.

44. Qual é a técnica que consiste em extrair dados de sites e transportá-los para um formato mais simples e maleável para que possam ser analisados e cruzados com mais facilidade, sendo cada vez mais utilizada por jornalistas?

- (A) Outsourcing.
- (B) Data Scraping.
- (C) Downsizing.
- (D) Turnover.
- (E) Kaizen.

45. A pesquisa em comunicação, na América Latina, possui raízes no século XIX. No entanto sua institucionalização como campo científico ocorreu apenas nos últimos 40 anos do século XX. Sobre a consolidação desse panorama de pesquisas intitulado Escola Latino-Americana de Pensamento, assinale a alternativa correta.

- (A) O CIESPAL, Centro Interamericano de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, com sede em Quito, no Equador, foi protagonista na estruturação do saber científico comunicacional nessa região do continente americano. O CIESPAL contou com o apoio da UNESCO e tinha como objetivo primordial o desenvolvimento de modelos adequados para a formação de profissionais de comunicação.
- (B) A postura funcionalista da pesquisa latino-americana, que defendia que os meios de comunicação de massa, por si só, seriam capazes de gerar desenvolvimento independente das condições econômicas e políticas, não sofreu críticas, sendo aceita por grande parte da comunidade acadêmica.

(C) Entre os principais teóricos e pesquisadores da Escola Latino-Americana, estão: Armand Mattelart e sua interpretação estrutural-marxista; Paulo Freire, com uma perspectiva cristã-marxista; José Marques de Melo, com a defesa de um modelo de comunicação preocupado com a mediação social da comunicação com a cultura popular e Charles Sanders Peirce, que defendia o estudo dos signos para compreensão da mensagem.

(D) Na Escola Latino-Americana, existiam métodos pré-definidos para a realização das pesquisas científicas. Esses métodos partiam do pressuposto de que a realidade econômica, social e política dos países latino-americanos era semelhante e, por isso, as pesquisas deveriam utilizar as mesmas metodologias, pois isso garantiria resultados mais próximos da realidade.

(E) Os teóricos da Escola Latino-Americana não consideravam os estudos e as pesquisas sobre telenovelas por acreditarem que elas não refletiam a identidade dos países e que eram produzidas como produtos para exportação. Desse modo, não poderiam ser consideradas elementos culturais, apenas como objetos da indústria cultural.

46. Sobre a teoria da Folkcomunicação, é correto afirmar que

(A) é uma teoria desenvolvida pelo jamaicano Stuart Hall enquanto dirigiu o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea, na Inglaterra, de 1968 até 1969.

(B) novelas, filmes exibidos no cinema, programas de rádio e reportagens publicadas em jornais impressos são exemplos de Folkcomunicação.

(C) é considerada a primeira teoria genuinamente brasileira de comunicação e foi desenvolvida a partir dos estudos do professor e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão.

(D) é uma teoria que tem o objetivo de estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa, como a televisão e o rádio, na sociedade.

(E) almanaques, calendários, festas populares, literatura de cordel e demais expressões de grupos marginalizados não podem ser considerados exemplos de Folkcomunicação.

47. A teoria crítica, historicamente identificada como Escola de Frankfurt, reúne os primeiros trabalhos sistematizados sobre os meios de comunicação no contexto da crítica ao capitalismo. Os pensadores desse panorama defendiam que toda a vida do indivíduo está programada, inclusive seu tempo livre, para a lógica de mercado e que as manifestações culturais e artísticas perderam sua essência e não passam de produtos de consumo. Considerando a Escola de Frankfurt, essas ideias resumem o principal conceito desenvolvido por seus pesquisadores, que é denominado

- (A) Entropia.
- (B) Indústria Cultural.
- (C) Espiral do Silêncio.
- (D) Imperialismo.
- (E) Racionalidade Tecnológica.

48. Sobre os princípios de edição que devem ser observados em telejornalismo, assinale a alternativa correta.

- (A) Nos geradores de caracteres, utiliza-se caixa alta (letras todas em maiúsculo) para identificar o nome dos entrevistados, do cinegrafista e do repórter e caixa baixa (letras todas em minúsculo) para identificar a profissão de cada um.
- (B) A fonte utilizada no gerador de caracteres deve ser chamativa, lúdica, de preferência com várias curvas, já que isso facilita a leitura das informações por parte do telespectador. Comic Sans e Times New Roman são fontes adequadas para a utilização nos GCs (geradores de caracteres) de telejornais diários.
- (C) Recursos gráficos como mapas, estatísticas, quadros e demais recursos de computação gráfica devem ser utilizados em último caso, pois poluem a reportagem e podem confundir o telespectador.
- (D) Um áudio ruim não pode ser usado mesmo se for de grande importância para a reportagem.
- (E) É importante repetir na sonora a informação do texto narrado em off, pois isso fará com que o telespectador fixe com maior facilidade a mensagem contida na reportagem.

49. O telejornalismo é composto por várias etapas. Essas etapas são dependentes entre si. Considerando o exposto, qual é sequência necessária para que um telejornal entre no ar?

- (A) Reportagem, decupagem, produção, edição, apresentação.
- (B) Produção, reportagem, decupagem, edição, apresentação.
- (C) Produção, decupagem, reportagem, apresentação, edição.
- (D) Produção, edição, reportagem, decupagem, apresentação.
- (E) Edição, reportagem, produção, decupagem, apresentação.

50. O jornalismo para TV, também conhecido como telejornalismo, reúne uma série de características como concisão do texto, linguagem objetiva, relação de não concorrência entre texto e imagem, entre outras. A área também possui um vocabulário próprio que é utilizado no cotidiano das redações por profissionais da área. Considerando a terminologia em telejornalismo, relacione as colunas e assinale a alternativa com a sequência correta.

1. Escalada.
2. Espelho.
3. Texto em Off.
4. Passagem.
5. Sonora.

- () Texto gravado pelo repórter – normalmente após a finalização da matéria na rua. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.
- () Manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição.
- () Fala do entrevistado na matéria.
- () Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas na matéria. É o momento em que o repórter aparece no vídeo para destacar um aspecto da reportagem.
- () Cronograma de como o telejornal irá se desenrolar. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

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

Raciocínio Lógico

- 51.** Comparando a agilidade de quatro rendeiras na confecção de uma toalha de mesa, sabe-se que Fabiana não é mais ágil que Paula, ou Claudia ou Larissa é a rendeira menos ágil entre as quatro, Larissa não é mais ágil do que Paula e é mais ágil do que duas outras rendeiras. Sabendo que a cada duas rendeiras as agilidades são sempre diferentes, é correto afirmar que
- (A) Paula é a rendeira menos ágil.
(B) Larissa é mais ágil que Paula.
(C) Fabiana é mais ágil que Larissa.
(D) Paula é a rendeira mais ágil.
(E) Claudia é a rendeira menos ágil.
- 52.** Se não é verdade que, se o carro é um Fiesta, então sua cor não é azul, é correto afirmar que
- (A) o carro é um Fiesta e sua cor é azul.
(B) ou o carro não é um Fiesta ou sua cor não é azul, nunca ambos.
(C) se o carro é azul, então ele não é um Fiesta.
(D) ou o carro é um Fiesta ou o carro é azul, nunca ambos.
(E) o carro não é um Fiesta e sua cor não é azul.
- 53.** O CNPq concede bolsas para a formação de recursos humanos no campo da pesquisa científica e tecnológica, em universidades, institutos de pesquisa, centros tecnológicos e de formação profissional, tanto no Brasil como no exterior. Confira alguns valores de bolsas no Brasil.

Tabela de Valores de Bolsas no Brasil

| Modalidade | Valor (R\$) |
|--------------------------------|-------------|
| Apoio Técnico à Pesquisa | 550,00 |
| Doutorado | 2.200,00 |
| Iniciação Científica | 400,00 |
| Iniciação Científica Júnior | 100,00 |
| Iniciação Tecnológica (PIBITI) | 400,00 |
| Mestrado | 1.500,00 |
| Pós-doutorado Sênior | 4.400,00 |
| Pós-doutorado Júnior | 4.100,00 |
| Pós-doutorado Empresarial | 4.100,00 |

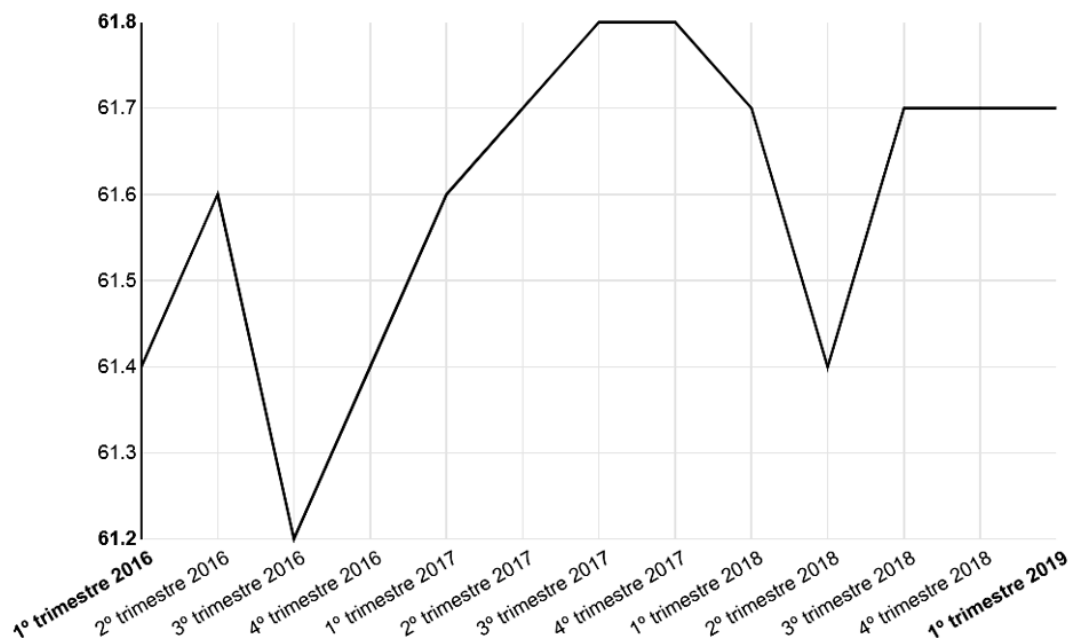
Público Alvo: Jovens de ensino médio e superior, em nível de pós-graduação, interessados em atuar na pesquisa científica, e especialistas para atuarem em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) nas empresas e centros tecnológicos. (Disponível em: <<http://cnpq.br/no-pais/>>. Acesso em 28 de junho de 2019).

Considerando os dados acima e sabendo que dois jovens foram contemplados, cada um com uma bolsa, tal que a soma dos valores das duas bolsas está entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.000,00, então as duas bolsas concedidas foram de

- (A) Iniciação Científica Júnior e Pós-doutorado Sênior.
(B) Iniciação Tecnológica (PIBITI) e Doutorado.
(C) Iniciação Científica e Pós-doutorado Empresarial.
(D) Mestrado e Doutorado.
(E) Apoio Técnico à Pesquisa e Mestrado.

54. No site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Divulgação Trimestral - 1º trimestre 2019 (PNADC/T), foi divulgado o seguinte gráfico que indica a taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) – Brasil:

PNADC/T - Taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade, na semana de referência (%) - Brasil



(Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/home/pnadct>>. Acesso em: 28 de junho de 2019).

Pelas informações obtidas por meio desse gráfico, assinale a alternativa correta.

- (A) A menor taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 4º trimestre de 2017.
- (B) Do 1º trimestre de 2018 até o 2º trimestre do mesmo ano, houve um aumento na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
- (C) A maior taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade ocorreu no 3º trimestre de 2016.
- (D) A taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade manteve-se constante entre o 3º e o 4º trimestre de 2017.
- (E) Do 1º trimestre de 2016 até o 1º trimestre de 2019, houve uma variação de 0,9 % na taxa de participação na força de trabalho das pessoas de 14 anos ou mais de idade.
55. Em um bairro de uma cidade existem 10 casas, numeradas de 1 a 10. Duas pessoas visitaram algumas dessas casas, para divulgação de um novo produto no mercado. Sabe-se que a primeira pessoa visitou as casas de número ímpar e a segunda visitou as casas cuja numeração era um número par e divisor de 8. Dessa forma, as casas que NÃO foram visitadas foram as que possuem as respectivas numerações iguais a
- (A) 2 e 10.
- (B) 4 e 10.
- (C) 6 e 10.
- (D) 2 e 8.
- (E) 4 e 8.

56. Sete candidatos a uma vaga em uma empresa (identificados pelas iniciais de seus nomes: A, B, C, D, E, F e G) foram convocados para uma dinâmica. Três desses candidatos já estavam previamente contratados, porém nenhum deles sabia desse fato. Havia ainda mais duas vagas para serem preenchidas. Para a primeira dinâmica proposta pela empresa, foi formado um grupo com cinco pessoas, sendo que os candidatos A e B não foram incluídos. Em seguida, foi formado um segundo grupo para participar da segunda dinâmica, também com cinco pessoas, sendo que os candidatos C e D não foram incluídos. Sabendo que os três candidatos previamente contratados fizeram parte dos dois grupos citados anteriormente, então as outras duas vagas poderão ser preenchidas pelos candidatos

- (A) A e F.
- (B) B e G.
- (C) C e B.
- (D) D e E.
- (E) E e A.

57. Para obter a informação sobre a origem de seus funcionários, identificados pelo estado em que nasceram, uma empresa selecionou um grupo de funcionários. Após essa seleção, foi obtido que $\frac{1}{3}$ das pessoas eram do estado da Bahia, $\frac{3}{7}$ das pessoas eram do estado do Rio de Janeiro, $\frac{1}{9}$ das pessoas eram do estado do Paraná e o restante era do estado de Minas Gerais.

Dessa forma, a fração que representa a quantidade de pessoas originárias do estado do Rio de Janeiro em relação à quantidade de pessoas originárias do estado da Bahia é igual a

- (A) $\frac{9}{7}$.
- (B) $\frac{1}{10}$.
- (C) $\frac{4}{9}$.
- (D) $\frac{9}{4}$.
- (E) $\frac{4}{7}$.

58. No último recenseamento de um bairro em uma grande cidade, foram utilizadas folhas de sulfite, com um questionário impresso em cada folha, e canetas esferográficas para preencher os questionários, tal que foram utilizadas 1000 canetas e a quantidade de folhas de sulfite utilizada foi o quádruplo da quantidade de canetas. O custo de cada caneta foi de R\$ 2,00 e o custo de cada folha de sulfite foi de R\$ 0,10. Em um novo recenseamento nesse mesmo bairro, ficou estipulado que serão utilizados $\frac{1}{4}$ a menos de canetas e a metade de folhas de sulfite utilizadas no recenseamento anterior, mantido o custo de cada folha de sulfite, porém com um aumento de R\$ 0,05 no custo de cada caneta. Dessa forma, a economia no custo total para esse novo recenseamento será de

- (A) R\$ 1.122,75.
- (B) R\$ 662,50.
- (C) R\$ 507,45.
- (D) R\$ 1.258,73.
- (E) R\$ 362,25.

59. Duas competidoras irão fazer uma disputa particular em uma pista circular de atletismo, cujo comprimento total é de 600 metros. Por meio de medições em disputas anteriores, a corredora Alice corre a uma velocidade de 120 metros por minuto e a corredora Tereza corre a uma velocidade de 180 metros por minuto. Ambas correm no mesmo sentido da pista. Como Tereza é mais rápida que Alice, fica estipulado que Alice iniciará a corrida em um ponto da pista e Tereza somente entrará na competição no exato momento em que Alice passar novamente no ponto de partida, ou seja, quando ela completar 1 volta. Dado o início da prova, a quantidade de voltas completas que Tereza dará na pista até encontrar Alice no ponto de partida pela terceira vez será igual a

- (A) 15 voltas.
- (B) 6 voltas.
- (C) 9 voltas.
- (D) 3 voltas.
- (E) 12 voltas.

60. Se não é verdade que na próxima quinta-feira não haverá jogo de futebol e também não é verdade que no próximo domingo vai chover, então é correto afirmar que

- (A) na próxima quinta-feira não haverá jogo ou no próximo domingo vai chover.
- (B) se não houver jogo na próxima quinta-feira, então não vai chover no próximo domingo.
- (C) se chover no próximo domingo, então não haverá jogo na próxima quinta-feira.
- (D) ou na próxima quinta-feira haverá jogo ou no próximo domingo não vai chover.
- (E) haverá jogo na próxima quinta-feira e não vai chover no próximo domingo.

.....
ATENÇÃO!

NÃO SE ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.
.....

