

QUESTÃO 01

As teorias da “agulha hipodérmica” e da “bala de canhão” estão entre as mais discutidas na área da comunicação. No que se refere a suas definições, marque a alternativa incorreta:

- A) Ambas as teorias sustentavam a ocorrência de superefeitos sociais graças à manipulação absoluta do receptor por parte dos meios.
- B) O discurso dominante da ética que surgiu a partir dessas teorias preconizava a necessidade de um controle que serviria como um escudo protetor da sociedade.
- C) Essas teorias defenderam a capacidade de autodefesa, de negociação, de resistência e de barganha do receptor com relação aos produtos midiáticos.
- D) A “agulha hipodérmica” e a “bala de canhão” entendiam o receptor como alguém indefeso, à mercê de uma informação jornalística sem freios, que carecia de proteção.
- E) Os teóricos dessas correntes viam os receptores como pertencentes a uma sociedade de massa, verdadeiro depósito de mensagens composto por indivíduos inertes, passivos e vulneráveis.

QUESTÃO 02

Em relação à “agenda setting”, são dadas as seguintes sentenças:

1. Segundo essa hipótese teórica, a mídia, pela seleção, disposição e incidência de seus produtos, determina os temas sobre os quais o público falará.
2. Ao nos impor um menu seletivo de informações como sendo “o que aconteceu”, a mídia impede que outros temas sejam conhecidos e, portanto, comentados.
3. Uma das críticas a essa hipótese é a de que ela seria válida somente se aplicada a grandes universos sociais, pois as manifestações individuais, se consideradas isoladamente, não trariam os temas propostos pela mídia como preponderantes.

Está (ão) *correta(s)*:

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

QUESTÃO 03

A “espiral do silêncio” é um modelo de opinião pública criado pela professora alemã Elisabeth Noelle-Neumann. Assinale a alternativa que explica a concepção central dessa teoria:

- A) A “espiral do silêncio” explica que as notícias são como são porque a realidade assim as determina.
- B) Essa teoria destaca o papel da imprensa no enquadramento da atenção dos indivíduos em direção a temas por ela impostos como “de maior interesse coletivo”.
- C) O modelo de Noelle-Neumann defende que o papel dos jornalistas é pouco relevante na produção das notícias. Os jornalistas são considerados quase invisíveis, reduzidos à função de executantes a serviço do capitalismo.
- D) Essa hipótese defende que, como têm medo do isolamento social, os indivíduos tendencialmente evitam expressar opiniões que não coincidam com a opinião dominante.
- E) Noelle Neumann concebeu o processo de produção de notícias como uma série de escolhas em que o fluxo de notícias tem que passar por diversos *gates*, isto é, “portões” – áreas de decisão do jornalista.

QUESTÃO 04

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação. Segundo o documento, esse direito abrange os direitos de informar, de ser informado e de ter acesso à informação. A respeito de entendimentos incluídos no Código, analise as afirmativas abaixo.

1. O jornalista não pode aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho.
2. É consentido ao jornalista divulgar informações visando seu interesse pessoal e/ou buscando vantagem econômica.
3. O jornalista deve rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações.

Está (ão) *correta(s)*:

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

QUESTÃO 05

Reportagem e notícia são gêneros dos mais utilizados nas produções jornalísticas. Sobre suas diferenças, assinale a alternativa incorreta:

- A) O propósito primordial de uma reportagem é o de relatar, de maneira explicativa, um acontecimento ou situação. A notícia, por sua vez, conforma-se com o factual, os *quês* principais de um fato.
- B) A notícia apoia-se quase exclusivamente em fatos nucleares, enquanto a reportagem detalha o acontecimento.
- C) A reportagem *acontece*, vem ao repórter. Já a notícia precisa ser produzida, pesquisada, sendo fruto mais da observação do repórter e de sua capacidade de análise de um fenômeno.
- D) A reportagem acrescenta ao corpo da matéria um contexto explicativo que não está presente, de maneira tão minuciosa, na notícia.
- E) A reportagem extrapola, vai além da notícia.

QUESTÃO 06

Sobre as agências de notícias, é correto afirmar:

- A) São empresas que elaboram e fornecem matérias jornalísticas somente para jornais e televisões.
- B) São assim chamadas por oferecerem um único produto - textos jornalísticos -, de forma ininterrupta, para seus assinantes.
- C) Essas agências fornecem informação diretamente aos cidadãos, através do e-mail.
- D) As agências de notícias são sempre organizações privadas, que se diferenciam dos jornais pela vasta rede de correspondentes e informantes que possuem.
- E) Atualmente, são consideradas as grandes provedoras de notícias para jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão em todo o mundo.

QUESTÃO 07

A palavra ou frase em corpo menor do que o utilizado no título e colocada antes (geralmente acima) dele, para introduzi-lo, indicar o assunto ou a pessoa nele focalizada, ou localizar a posição geográfica ou temporal é chamada de:

- A) Subtítulo
- B) Sutiã
- C) Cabeça
- D) Intertítulo
- E) *Break*

QUESTÃO 08

Alguns termos são recorrentes no dia-a-dia dos profissionais da comunicação. Indique a correlação correta entre os termos e as definições abaixo:

- 1. *Teleprompter*
 - 2. Barriga
 - 3. *Brainstorming*
 - 4. *Clipping*
- () Notícia inverídica publicada por órgão da imprensa, geralmente com grande alarde e sem má fé, na tentativa de furar os concorrentes.
 - () Técnica de reunião criativa de criação em que a discussão é livre. Os participantes podem expor qualquer ideia relativa ao tema.
 - () Apuração e coleção de recortes de jornais e revistas sobre determinado assunto realizado, geralmente, pelo setor de comunicação de uma empresa ou agência.
 - () Dispositivo que apresenta, numa tela ou num rolo de papel, em letras grandes e a uma velocidade sincronizada com a ação, as palavras a serem ditas pelo locutor.

A sequência correta de cima para baixo é

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

QUESTÃO 09

Os manuais de jornalismo pregam que as notícias devem ser estruturadas de forma a facilitar o entendimento do receptor da mensagem jornalística. Com essa finalidade, algumas regras são comumente adotadas nas redações. No caso específico dos textos para rádio, qual das alternativas abaixo não faz parte desse grupo?

- A) Evitar informações repetidas.
- B) Estruturar a notícia em ordem cronológica.
- C) Evitar orações subordinadas.
- D) Fazer uso da pirâmide invertida, colocando no lide as informações mais relevantes.
- E) Construir o texto de forma a deixar os detalhes de menor importância para os parágrafos finais.

QUESTÃO 10

Com a internet, o mundo da comunicação assistiu à abertura de imensa quantidade de novas possibilidades. Um novo padrão de informação e entretenimento de massa emergiu. Que características melhor definem os produtos editoriais lançados na rede mundial?

- A) Rapidez, sofisticação e beleza.
- B) Personalização do conteúdo, interatividade e dinamismo do noticiário.
- C) Qualidade na apuração das notícias e individualização do conteúdo.
- D) Convergência de mídias, rígidos critérios na seleção das notícias e interatividade.
- E) Aumento do público-alvo, profundidade na investigação das notícias e conteúdos exclusivos.

QUESTÃO 11

No jornalismo empresarial, embora o avanço tecnológico tenha abertos novos caminhos, jornais, revistas e boletins continuam sendo importantes canais de comunicação. A esse respeito, avalie as afirmações abaixo:

1. A periodicidade do jornal de empresa deve situar-se entre a periodicidade do boletim e a da revista.
2. A categoria boletim é mais apropriada para a divulgação de informações imediatas, que precisam chegar com urgência junto ao público.
3. Dos três meios citados, a revista é a que exige o mais rápido sistema de difusão.
4. As revistas, por sua periodicidade mais espaçada, devem priorizar um conteúdo de interesse permanente.

Estão **corretas**

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

QUESTÃO 12

Apenas uma das alternativas abaixo **não** está relacionada ao conceito de Comunicação Pública. Indique qual:

- A) É um tipo de comunicação realizada no espaço público democratizado.
- B) A comunicação pública se propõe a discutir temas de interesse público.
- C) Esse conceito subentende o envolvimento e a participação ativa do governo, das empresas, do Terceiro Setor e da sociedade como um todo.
- D) A Comunicação Pública deve promover o exercício da cidadania.
- E) A prática da Comunicação Pública, no caso das empresas, não necessariamente está vinculada à responsabilidade social e ao comprometimento com a sociedade.

QUESTÃO 13

Sobre o trabalho das assessorias de imprensa, todas as alternativas abaixo são corretas, **exceto**:

- A) As assessorias devem fazer a mediação entre a notícia e o repórter, codificando em linguagem jornalística suas mensagens e trabalhando para que suas versões da mensagem sejam reproduzidas.
- B) O assessor de imprensa deve desenvolver um trabalho de filtragem da notícia. Assim, poderá poupar trabalho ao repórter, apresentando-lhe um quadro claro da situação noticiosa em questão.
- C) A expansão das assessorias de imprensa no Brasil é um fenômeno que coincidiu com o regime militar pós-64.
- D) O assessor de imprensa é responsável pela verdade na medida em que essa se harmoniza com a concepção que o empregador tem dos próprios interesses. A partir desse ponto, cabe ao repórter investigar.
- E) A razão fundamental da existência do assessor de imprensa é para fazer amizade com os repórteres em benefício da empresa.

QUESTÃO 14

O *press-release* é um texto elaborado por assessores de imprensa para dar conhecimento a jornalistas de notícias relacionadas à empresa, órgão governamental ou ONG contratador. Sobre esse instrumento, podemos afirmar que:

- A) sua redação deve ser simples e clara, com frases de preferência não muito longas e de uso corrente.
- B) sempre devem ter mais do que 30 linhas.
- C) não podem conter intertítulos.
- D) devem ser estritamente opinativos.
- E) as opiniões dos contratadores não devem ser citadas no *press-release*.

QUESTÃO 15

Um pequeno comunicado enviado por uma empresa para a imprensa a fim de criar uma atmosfera de curiosidade sobre o produto ou evento junto ao jornalista que o recebe, visando a abrir caminho para os *press-releases* que normalmente são enviados posteriormente, é um:

- A) *press-kit*
- B) *teaser*
- C) *press-release* padrão
- D) *flash*
- E) lide

QUESTÃO 16

O periódico impresso ou eletrônico de comunicação institucional dirigido por uma empresa ao público interno e a determinados segmentos do público externo é conhecido como:

- A) *Pitch control*
- B) *Slogan*
- C) *House Organ*
- D) *Release*
- E) Folheto

QUESTÃO 17

Na evolução do conceito de marketing, variadas foram as definições atribuídas a esse termo pelos diversos autores. Qual das listadas abaixo é **incorreta**?

- A) Processo de atrair e manter clientes.
- B) Função gerencial para ajustar oferta e demanda.
- C) Planejamento e execução de ideias para criar trocas visando determinados objetivos.
- D) É um processo gerencial com o objetivo de atender às necessidades básicas das pessoas.
- E) Processo de integração da economia à sociedade.

QUESTÃO 18

Sobre o *Marketing Mix*, assinale a alternativa **correta**:

- A) A empresa pode perfeitamente alterar, em curto prazo, fatores como o produto e os canais de distribuição. Já o preço, a força de vendas e o orçamento para publicidade são decisões que só podem ser reconfiguradas em longo prazo.
- B) O preço é o elemento principal do *Marketing Mix*.
- C) O elemento “promoção” do Mix refere-se aos canais de marketing e à distribuição física do produto.
- D) O produto é o elemento mais flexível do composto de marketing, já que pode ser ajustado conforme as variações do mercado.
- E) Ao divulgar um produto ou serviço para um determinado público, é preciso primeiramente conhecer suas percepções para então decidir qual o apelo a ser usado em um comercial.

QUESTÃO 19

Pensando-se no gerenciamento de marketing, as pesquisas de opinião são:

- A) desnecessárias, pois, tomando-se por base a experiência pessoal, a comunicação boca a boca e as próprias necessidades dos profissionais encarregados do setor de marketing, podem-se tomar todas as decisões de marketing.
- B) o melhor instrumento de que se dispõe para saber quem é o público-alvo, como ele pensa e como quer consumir.
- C) elaboradas e conduzidas por qualquer profissional com experiência na área de publicidade.
- D) redundantes, visto que normalmente corroboram o que os profissionais de marketing já esperavam.
- E) caras. O valor a ser investido nas sondagens de mercado deve, necessariamente, ser altos para que apresentem bons resultados.

QUESTÃO 20

Dentre os objetivos do marketing de produtos ou serviços que utilizam a publicidade, podemos incluir todos os abaixo citados, **exceto**:

- A) Introdução de novos conceitos e alteração da embalagem
- B) Reformulação da imagem corporativa/institucional
- C) Captação de recursos junto a instituições investidoras
- D) Aumento de cobertura e incremento de vendas
- E) Promoções e realização de ações em pontos de vendas

QUESTÃO 21

Qual das alternativas abaixo **não** relaciona aspectos que devem necessariamente ser considerados em um planejamento de comunicação?

- A) Oportunidades e tendências
- B) Novas alternativas de mídias
- C) Estímulo ao cliente para maiores gastos com marketing
- D) Análise mercadológica
- E) Benefícios e aptidões de cada veículo de comunicação

RASCUNHO

QUESTÃO 22

Qualquer planejamento de mídia deve partir dos objetivos de comunicação da instituição ou pessoa interessada em construir uma determinada imagem pública. Para cada um dos objetivos expostos abaixo, relacione a estratégia mais adequada.

Objetivos	Estratégias
1. Tornar a marca conhecida, pois a maior parte do público alvo do cliente desconhece o produto/serviço.	() Solucionar os problemas que estão causando a má impressão. Em seguida, comunicar, de maneira eficaz, que a qualidade foi restabelecida ou que o produto foi reformulado.
2. Gerar simpatia em relação a um produto que é conhecido pelo público, mas que não tem uma imagem positiva.	() Criar uma campanha que ressalte e promova qualidades especiais e diferenciais do produto, dando ênfase a seu melhor desempenho frente à concorrência.
3. Criar no público a preferência por um produto que é conhecido, mas que está perdendo para a concorrência.	() Criar mensagens simples e utilizar uma estratégia de intensa repetição e alta frequência.
4. Induzir o público alvo a uma decisão final de compra, já que os consumidores conhecem a qualidade do produto/serviço.	() Realizar campanhas promocionais que criem atrativos e agreguem mais valor ao produto – como descontos ou distribuição de brindes.

A sequência correta de cima para baixo é

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

QUESTÃO 23

Em um planejamento de mídia, traçados os objetivos, é preciso criar uma estratégia de mídia. Essa etapa envolve a identificação dos meios para atingir os objetivos propostos. Nessa fase, algumas definições importantes da campanha devem ser realizadas. Aponte a alternativa que não traz uma definição a ser feita na elaboração da estratégia:

- A) A ideia central da campanha.
- B) A sazonalidade do plano.
- C) A justificativa da verba.
- D) A quantificação de público alvo.
- E) A importância de cada índice de mídia na campanha.

QUESTÃO 24

No mercado da propaganda, o período durante o qual um determinado anunciante leva ao ar uma campanha, alternando fases de propaganda relativamente frequentes com outras de ausência de propaganda é chamado de:

- A) *Pop-up*
- B) Tráfego
- C) *Peoplemeter*
- D) *Flight*
- E) GRP

QUESTÃO 25

Briefing é um

- A) Setor/Departamento ou pessoa de uma agência de propaganda encarregado de controlar o fluxo de trabalho de uma ou mais áreas.
- B) conjunto de dados comerciais ou de marketing que servem de base para estudos de promoção e *merchandising*, elaboração de campanhas e confecção de peças em geral.
- C) veículo de comunicação capaz de atingir o maior número de pessoas possível, indistintamente de sexo, idade ou classe social.
- D) aparelho instalado no televisor para registrar a audiência individual.
- E) peça publicitária utilizada para expor a mensagem do anunciante na mídia eletrônica.

QUESTÃO 26

O conjunto das operações de planejamento e de supervisão da comercialização de um produto ou serviço nos locais, períodos, preços e quantidades que melhor possibilitarão a consecução dos objetivos de marketing é o:

- A) *Network*
- B) *Merchandising*
- C) TRP
- D) *Checking*
- E) *Paste-up*

RASCUNHO

QUESTÃO 27

As mudanças tecnológicas das últimas décadas afetaram fortemente o marketing. Avalie quais das afirmações abaixo são verdadeiras (V) e quais são falsas (F) dentro desse cenário.

- () Com o advento da internet, grandes empresas passaram a disputar pequenos mercados que antes não tinham atratividade.
- () A rede mundial fez a presença física do comprador se tornar cada vez mais necessária.
- () Nessa nova realidade, as grandes empresas passaram a enfrentar a concorrência de pequenos atores que antes ficavam restritos à sua área geográfica de atuação.

A sequência correta de cima para baixo é

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

QUESTÃO 28

Não é uma técnica de impressão:

- A) Ofsete
- B) Litografia
- C) Flexografia
- D) Solarização
- E) Calcogravura

QUESTÃO 29

Faça a correspondência entre as seguintes variáveis de mídia e seus conceitos:

1. Frequência	() Veiculação de uma campanha, sem interrupção, por longo período de tempo, de acordo com uma programação de mídia.
2. Alcance	() Periodicidade, intensidade ou número de inserções de um anúncio em um determinado veículo de comunicação.
3. Continuidade	() Área geográfica total em que os sinais emitidos podem ser captados por determinados receptores.

A sequência correta de cima para baixo é

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

QUESTÃO 30

Sobre os eventos realizados por uma empresa, é incorreto afirmar que:

- A) podem ser acontecimentos para atrair a atenção do público e/ou da imprensa sobre a instituição.
- B) os eventos só devem ser promovidos em datas significativas do ano ou em ocasiões importantes para a organização.
- C) em geral, são programados, em todos os detalhes, no planejamento de relações públicas ou em uma campanha de relações públicas ou de propaganda.
- D) podem ser criados artificialmente, provocados por vias indiretas ou ter caráter espontâneo.
- E) é possível produzir alguns eventos como simples acontecimentos de rotina da instituição.

RASCUNHO

Texto 1

Ética ambiental e o futuro das empresas

Percebe-se que algumas organizações já vêm adotando estratégias e fazendo esforços para apagar, ou pelo menos diminuir, o impacto de seus processos na natureza. A maneira de gerir a utilização dos recursos naturais é o fator que pode acentuar ou minimizar os impactos. No caso das indústrias que têm sua produção numa crescente por várias décadas, é necessário agir para que se possam preservar todos os recursos que estão sendo utilizados. O que é preocupante, pois, como gerir o consumo desenfreado de forma ética?

O papel do setor empresarial e industrial deverá ser o de buscar novos modelos de desenvolvimento e criatividade, mudando atitudes e valores, através de processos que têm como princípio a sustentabilidade ambiental. Este novo cenário deve estar voltado para a busca do reaproveitamento de toda matéria prima ou resíduo utilizado, através de novos processos tecnológicos. Em um futuro próximo, uma empresa ética poderá ser aquela que obtiver os melhores processos de sustentabilidade em seus produtos, pois serão concebidos pensando na preservação do meio ambiente. O produto descartado que puder ser reciclado e reutilizado em um processo produtivo será o grande diferencial.

Responsabilidade ambiental

Futuramente as empresas deverão ter um canal de comunicação mais efetivo com seus clientes. Um produto poderá ser devolvido ao final de sua vida útil – pela sua inutilidade, defeito ou descarte e entregue em um canal de distribuição. A empresa recebe o produto devolvido e o reutiliza em sua cadeia produtiva. Isso já acontece em alguns setores. Um exemplo acontece de forma ainda tímida com algumas empresas de telefonia celular, que recolhem de seus usuários aparelhos antigos ou sem uso na troca de um novo. Esta deverá ser a concepção futura das empresas: terem responsabilidades do início ao final da vida útil de seus produtos. Os desafios para atingir a sustentabilidade são grandes. Além disso, a empresa deve estar atenta para não lançar sobre a biosfera resíduos e substâncias que provoquem qualquer dano ambiental.

As empresas e indústrias que se comprometerem nesta nova era da ecoeficiência sustentável certamente serão compensadas por suas atitudes éticas para com o meio ambiente e as gerações futuras. E isso nós, como consumidores, devemos exigir. Aprender a consumir de maneira responsável será imprescindível nas próximas décadas. Cabe ao governo também fazer sua parte, através de programas de responsabilidade socioambiental, investindo para um comprometimento com o conceito de sustentabilidade, que é muito falado, porém muito pouco praticado.

A preservação do planeta passa pela conscientização de todos: consumidores, empresas, órgãos governamentais etc. Pensar o amanhã é nossa obrigação. Porém sem esforço não será possível diminuir os impactos já sentidos nas mudanças climáticas atuais.

Disponível em: <http://www.mundojovem.pucrs.br/artigo-etica-ambiental-e-o-futuro-das-empresas.php>
Acesso em 15 set. 2009. Adapt.

QUESTÃO 31

De acordo com o texto 1, no que concerne à questão ambiental, as empresas e indústrias devem

- A) controlar ou diminuir a produção, a fim de reduzir o impacto sobre os recursos naturais.
- B) desenvolver processos de produção criativos e que se baseiem em princípios sustentáveis.
- C) exigir do governo a implantação de políticas públicas de financiamento do custo ambiental.
- D) fortalecer a política de comunicação com os clientes, a fim de associar a sua marca à causa ambiental.
- E) recrudescer a produção industrial com o propósito de reduzir o impacto de seus produtos sobre a natureza.

QUESTÃO 32

Conforme o texto, nas empresas e indústrias, a redução do impacto ambiental está vinculada, principalmente,

- A) ao clamor das comunidades afetadas.
- B) ao apoio dos poderes públicos instituídos.
- C) à conscientização de empregados e fornecedores.
- D) aos métodos de administração dos recursos naturais.
- E) à manutenção dos níveis de desenvolvimento humano.

QUESTÃO 33

Assinale os itens que representam as mudanças para o futuro, apontadas pelo texto:

1. consumo responsável por parte da população
2. devolução de produtos para reutilização
3. exigência de uma ética ambiental na empresa
4. expansão da capacidade de produção das indústrias
5. necessidade da geração de maior quantidade de energia

Os itens que representam mudanças são:

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

QUESTÃO 34

Analise as proposições abaixo a respeito dos processos de coesão do terceiro parágrafo do texto.

1. No trecho “e **o** reutiliza”, a palavra destacada substitui o segmento **o produto devolvido**.
2. O pronome **isso** retoma todo o período que lhe antecede.
3. O pronome **que** retoma o termo “um exemplo”.
4. O pronome **esta** refere-se ao termo “cadeia produtiva”.
5. O trecho “terem responsabilidades do início ao final da vida útil de seus produtos” define “recolhem de seus usuários aparelhos antigos ou sem uso na troca de um novo”.
6. Em “além **disso**”, o termo destacado retoma “atingir a sustentabilidade”.

Estão **corretas**, apenas:

- A) 1, 2, 3 e 5.
- B) 1, 2, 5 e 6.
- C) 1, 3, 5 e 6.
- D) 2, 3, 4 e 6.
- E) 3, 4, 5 e 6.

QUESTÃO 35

No texto, a segunda ocorrência de emprego de dois pontos (parágrafo três) introduz

- A) fala do locutor.
- B) uma enumeração.
- C) termos assindéticos.
- D) resumo da frase anterior.
- E) uma citação esclarecedora.

Texto 2:

A defesa do meio ambiente virou uma mina de ouro de empregos. Deixou de ser exclusividade das organizações não-governamentais e agora é preocupação das empresas. Não que os empresários subitamente tenham se tornado militantes ecológicos. O engajamento empresarial veio da criação da certificação internacional ISO 14000, que dita regras de preservação ambiental e cujo descumprimento poderá excluir a empresa de importantes negócios em todo o mundo. As empresas estão começando a criar funções para atender às exigências do ISO 14000 como o analista de gestão ambiental. Nunca uma boa causa gerou tantos empregos.

ISTOÉ, 17 jul. 2002, p. 96.

QUESTÃO 36

Assinale o item em que a comparação entre os conteúdos dos dois textos mostra-se adequada.

- A) O texto 2 apresenta um ponto de vista que se alinha ao do texto 1.
- B) De acordo com o texto 1, as empresas buscam apenas vantagens econômicas.
- C) O distanciamento temporal entre os textos concorre para a diversidade de pontos de vista.
- D) O texto 2 reconhece o engajamento empresarial em torno de uma ética ambiental.
- E) De acordo com o texto 2, a geração de empregos tem relação com o desenvolvimento de uma ética empresarial.

QUESTÃO 37

A oração “Não que os empresários subitamente tenham se tornado militantes ecológicos” imprime, no nível local do texto, uma

- A) dúvida.
- B) ressalva.
- C) desculpa.
- D) ratificação.
- E) justificativa.

QUESTÃO 38

De acordo com o texto, quem dita regras de preservação ambiental é

- A) a criação da certificação internacional ISO 14000.
- B) as organizações não-governamentais
- C) o engajamento empresarial.
- D) os empresários.
- E) o aumento de empregos.

QUESTÃO 39

Entre as orações do período “As empresas estão começando a criar funções para atender às exigências do ISO 14000” há expressa uma relação semântica de

- A) comparação.
- B) concessão.
- C) condição.
- D) explicação.
- E) finalidade.

QUESTÃO 40

Identifique a alternativa que atende a norma padrão escrita no que se refere a padrões de concordância verbal.

- A) EUA fecha prisão no Iraque
- B) Alunos tem acompanhamento
- C) Ouvia-se reclamações por toda parte
- D) Para prefeitos devem haver exceções
- E) Náutico e Sport se mantém na zona dos desesperados

RASCUNHO

RASCUNHO

QUESTÃO 41

Analise as seguintes afirmativas acerca dos principais componentes de um PC:

1. Comparado à memória RAM, o disco rígido de um microcomputador tem maior capacidade de armazenamento e maior velocidade de acesso aos dados.
2. Software livre é aquele que pode ser usado, copiado e distribuído sem qualquer restrição. O Linux e o Windows são exemplos de sistemas operacionais classificados como softwares livres.
3. SATA é um tipo de conexão para a comunicação entre o computador e dispositivos de armazenamento em massa.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 42

Com relação aos principais componentes de um PC, analise as seguintes afirmativas:

1. A memória flash é uma memória de escrita e leitura utilizada em cartões de memória, *pen drives*, *mp3 players*.
2. USB é um tipo de memória bastante popular, utilizado para conectar diversos dispositivos e periféricos a um computador.
3. A memória RAM DDR2 oferece menor consumo de energia elétrica, menor custo de produção e velocidades mais rápidas quando comparadas a DDR.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as alternativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as alternativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as alternativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 43

Analise as seguintes afirmativas acerca da Internet:

1. HTTPS é um protocolo de comunicação *Web* sobre uma camada de segurança. Normalmente, uma página carregada sob esse protocolo pode ser identificada pela presença de um pequeno cadeado na barra de status do navegador.
2. Máquina Virtual Java (JVM) é um programa que carrega e interpreta aplicativos Java, comuns em diversos sites.
3. SMTP é um protocolo para transferência de arquivos. É indicado para fazer o *download* e *upload* de arquivos muito extensos ou de muitos volumes de arquivos.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 44

Acerca do Microsoft Outlook Express, analise as seguintes afirmativas:

1. A pasta Rascunhos serve para armazenar mensagens indesejadas conhecidas como *Spam*.
2. O uso do Outlook Express impede a entrada de vírus. Vírus são programas de computador de atacam direta e exclusivamente o hardware dos computadores, danificando placas-mãe, processadores e memórias RAM.
3. É possível importar e exportar mensagens e catálogos de endereços, permitindo assim a integração do Outlook Express com outras ferramentas clientes de e-mail.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é falsa.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são falsas.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são falsas.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são falsas.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são falsas.

QUESTÃO 45

A respeito dos sistemas operacionais Windows XP e Windows Vista, analise as seguintes afirmativas:

1. O recurso Área de Trabalho Remota permite o acesso a dados e aplicações de um outro computador da rede por meio de uma sessão virtual sem que seja necessário que os computadores estejam ligados em rede.
2. O Windows Vista introduz um recurso de busca que permite a criação de uma Pasta de Busca como resultado de uma consulta. Desse modo, é possível repetir rapidamente essa mesma consulta ao abrir essa pasta.
3. Em comparação ao Windows XP, o Windows Vista traz significativas melhorias sobre recursos de interface com o usuário como menu iniciar, caixas de diálogo, assistentes e o painel de controle.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 46

Analise as seguintes afirmativas, acerca dos sistemas operacionais Windows XP e Windows Vista

1. Uma das características do Windows XP Professional é a Dupla Visualização (*Dualview*), recurso que permite exibir um mesmo *desktop* em dois monitores utilizando um único adaptador de vídeo.
2. A versão mais recente do Windows XP é a SP3 (*Service Pack 3*) que traz algumas melhorias e correções de problemas encontrados na versão anterior.
3. Windows XP permite a execução do Internet Explorer 7 no modo protegido, melhorando a sua defesa contra investidas maliciosas, dificultando a instalação de software mal intencionado.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as alternativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as alternativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as alternativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 47

Assinale a alternativa em que pelo menos um item **não** corresponde a um tipo de efeito que pode ser aplicado a fontes no Word 2003:

- A) Tachado, Tachado duplo, Sombra, Contorno, Sobrescrito.
- B) Versalete, Sobrescrito, Todas em maiúsculas, Oculto, Relevô.
- C) Tachado, Sobrescrito, Subscrito, Relevô, Baixo relevô.
- D) Sombra, Subscrito, Contorno, Manuscrito, Todas em maiúsculas.
- E) Tachado, Sombra, Contorno, Sobrescrito, Relevô.

QUESTÃO 48

Analise as seguintes afirmativas acerca do Microsoft Word:

1. Cabeçalhos e rodapés ajudam a manter o documento organizado, podendo ser usados para posicionar o número da página, data, título do documento entre outros.
2. Remissivo e analítico são tipos de índices disponíveis no Word.
3. Um documento editado no Word pode ser publicado como página da Web. Para isso, basta salvá-lo no formato .HTM ou .HTML.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 49

A respeito do Microsoft Excel, analise as seguintes afirmativas:

- 1) O recurso Congelar painéis é útil para manter os títulos das colunas ou linhas sempre visíveis em uma planilha
- 2) A função PGTO calcula o valor da prestação de um empréstimo com base em uma taxa de juros constante.
- 3) O atalho CTRL + ; (control + ponto e vírgula) insere automaticamente a data atual na célula selecionada.

Assinale a alternativa **correta**:

- A) Apenas uma das afirmativas é verdadeira.
- B) Apenas as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- C) Apenas as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- D) Apenas as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- E) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

QUESTÃO 50

Assinale a alternativa que apresenta apenas funções do Excel:

- A) MEDIA, HOJE, AGORA, DET, SEN, SE, DESVPAD, SUBTOTAL.
- B) SOMA, MINIMO, MAXIMO, SEN, SE, RETORNO, TETO, SUBTOTAL.
- C) SOMA, MINIMO, MAXIMO, MEDIA, ANO, SEN, SE, SUBTOTAL.
- D) PGTO, DOBRO, SOMASE, HOJE, MAIOR, ANO, SEN, SE.
- E) PGTO, SOMASE, HOJE, AGORA, ANO, DESVPAD, TETO, DOBRO.