



CONCURSO PÚBLICO

31. PROVA OBJETIVA

ANALISTA – NÍVEL I
(ÁREA DE ATUAÇÃO: COMUNICAÇÃO SOCIAL)

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 30 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ CONFIRA SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO IMPRESSOS NA CAPA DESTE CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, QUE SE ENCONTRA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DO PRÉDIO SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

AGUARDE A ORDEM DO FISCAL PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES.



CONCURSO PÚBLICO

31. PROVA OBJETIVA

ANALISTA – NÍVEL I
(ÁREA DE ATUAÇÃO: COMUNICAÇÃO SOCIAL)

QUESTÃO	RESPOSTA
01	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
02	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
03	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
04	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
05	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

06	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
07	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
08	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
09	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
10	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

11	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
12	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
13	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
14	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
15	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

QUESTÃO	RESPOSTA
16	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
17	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
18	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
19	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
20	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

21	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
22	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
23	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
24	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
25	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

26	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
27	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
28	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
29	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
30	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Leia o texto para responder às questões de números **01** a **05**.

Impacto real e imediato

O jornal, o mais antigo veículo de comunicação, resiste bravamente ao tempo e às crises. Em períodos turbulentos, ganha fôlego extra e mostra que está cada vez mais forte e pronto para superar os desafios dos novos meios que estão por vir. Desta vez está atraindo o interesse de empresas e anunciantes ao oferecer peças publicitárias com formatos diferenciados, aumentando a interação com os leitores desse meio. É uma prova concreta e definitiva de que o bom e velho periódico continua conquistando a confiança dos parceiros comerciais e esbanjando credibilidade, a principal marca que esse tipo de veículo ostenta.

Uma recente pesquisa divulgada pelo Instituto de Pesquisas Nielsen mostra que 61% dos consumidores globais declaram ter confiança nas propagandas veiculadas em jornais, atingindo o mesmo percentual verificado em tevês. “O jornal é uma mídia muito importante para nós porque tem características específicas e impacta um público diferenciado. É sempre avaliado quando pretendemos fazer algum tipo de campanha ou anúncio”, conta Luis Cássio de Oliveira, diretor-executivo de marketing da Visa do Brasil.

(<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/textos.asp?codigo=20798>)

01. As informações do texto mostram o jornal como uma mídia

- (A) cujo alcance encontra-se afetado pelo tempo e pelas crises.
- (B) impotente para superar os desafios dos novos meios.
- (C) adaptável às mudanças impostas pelos novos tempos.
- (D) que sucumbiu aos interesses das empresas e anunciantes.
- (E) que só perde em credibilidade para a televisão.

02. De acordo com o texto, os leitores

- (A) tendem a se desinteressar pelo jornal nos momentos marcados pela turbulência e pelo excesso de propagandas.
- (B) preferem o jornal a outras mídias, por conta da inovação a que essa mídia constantemente se submete.
- (C) encontram no jornal uma mídia específica de comerciais, o que lhe abala a tradicional credibilidade do público.
- (D) veem o jornal como uma fonte de informação confiável, e isso desperta o interesse de empresas e anunciantes por essa mídia.
- (E) pouco induzem os anunciantes na oferta de peças publicitárias com formatos diferentes, revelando-se pouco afeitos às mudanças.

03. Observe o trecho: ... e mostra que está cada vez mais forte e pronto para superar os desafios dos novos meios que estão por vir.

Quanto à flexão verbal, esse trecho também estaria correto se a locução *estão por vir* fosse substituída por

- (A) viriam.
- (B) virão.
- (C) viram.
- (D) viessem.
- (E) virem.

04. Em – *O jornal, o mais antigo veículo de comunicação, resiste bravamente ao tempo e às crises.* –

- I. a expressão entre vírgulas encerra sentido de explicação;
- II. o advérbio *bravamente* expressa sentido de causa;
- III. a expressão *ao tempo e às crises* poderia ser substituída por *à tudo*.

Está correto o que se afirma em

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

05. No contexto em que é empregado, o adjetivo *concreta*, em – *É uma prova concreta e definitiva...* – remete o leitor ao sentido de

- (A) possível.
- (B) utópica.
- (C) dura.
- (D) plausível.
- (E) real.

As questões de números **06** a **08** baseiam-se no texto a seguir.

The history of the Northeast region has characterized for successive related migratory movements to the occurrence of the droughts. However, valley to proceed a more including analysis from these displacements going beyond the evidence of the agricultural exodus provoked by the occurrence of the periodic droughts and to relate it to other also important factors as the deforestation. It enters the causes of this process, is the poverty, the social exclusion, climatic factors and the resultant ambient degradation of the inadequate handling of the natural resources for the human being. However, it is disagreed with the concept that places the northeastern in the natural condition of migrant in reply to the imaginary construction of the tripod Northeast-dry-migration that destines it to the condition of poor person and flagellate. Then, to execute a planning that fixates the northeastern in its region of origin, necessary actions of ambient support become considering its plurality, in this included social, economic, natural and institutional components.

(Qualit@s Revista Eletrônica, ISSN 1677 4280, Vol.8. n.º 1, 2009. Adaptado)

06. A frase inicial do texto deixa claro que a história da região Nordeste é marcada

- (A) pelo decréscimo dos movimentos migratórios por conta da ausência de secas.
- (B) por sucessivos movimentos migratórios decorrentes das secas.
- (C) pelas raras secas que determinam os movimentos migratórios.
- (D) por sucessivos movimentos migratórios, mesmo sem que haja secas.
- (E) pelo sucesso dos movimentos migratórios nos períodos de seca.

07. De acordo com o texto, discorda-se da ideia de que
- (A) a condição própria do nordestino é de pobreza e flagelo.
 - (B) o homem maneja inadequadamente os recursos naturais.
 - (C) a pobreza e a exclusão social estão presentes no Nordeste.
 - (D) o êxodo rural está relacionado às estiagens periódicas.
 - (E) há meios para fixar o nordestino em sua região de origem.

08. Observe as frases:

- *However, it is disagreed with the concept...*
- *Then, to execute a planning that fixates the northeastern in its region of origin...*

Os termos *However* e *Then* devem ser traduzidos, respectivamente, como

- (A) Embora e Entretanto.
 - (B) Portanto e Por isso.
 - (C) Além disso e Provavelmente.
 - (D) Enquanto e Quando.
 - (E) Porém e Então.
09. Adorno e Horkheimer afirmam que a sociedade industrial não conseguiu cumprir as promessas de trazer felicidade e liberdade para o homem. Para a Escola de Frankfurt, o progresso da técnica acabou por escravizar o homem, levando-o à alienação. Isto é, a Indústria Cultural não ajudou a conscientizar a humanidade e levou-a à acomodação. Para os críticos da Indústria Cultural, os seus produtos teriam, principalmente, três funções: serem
- (A) gratuitos para facilitar o acesso ao grande público; degradar o gosto popular, e tornar passivos os seus consumidores.
 - (B) comercializados; produzidos com grande qualidade técnica para apurar o gosto do público, e tornar passivos os seus consumidores.
 - (C) comercializados; degradar o gosto popular, e serem produzidos de forma a permitir a interatividade para incentivar a participação dos consumidores.
 - (D) gratuitos para facilitar o acesso ao grande público; degradar o gosto popular, e serem produzidos de forma a permitir a interatividade para incentivar a participação dos consumidores.
 - (E) comercializados, degradar o gosto popular, e tornar passivos os seus consumidores.

10. Para reproduzir uma foto em uma publicação, é necessário observar o que dispõe a Lei n.º 9.610, de 20 de fevereiro de 1998, que teve vigência a partir de 21 de junho de 1998. Para Eliane Y. Abrão (*Imagem, Fotografia e Direitos Autorais*), as situações de uso para reprodução impressa que dispensam autorização do fotógrafo originário ou do titular do direito derivado ficaram, pela citada norma, reduzidas a quatro. Assinale a opção de resposta que não atende às situações previstas em lei.

- (A) Uso para produzir prova judicial ou administrativa.
- (B) Reprodução em um só exemplar para fins privados.
- (C) Tratamento, com programa específico, para alterar o seu conteúdo com fins artísticos.
- (D) Uso para fins de imitação burlesca (paródia ou caricatura).
- (E) Uso com a finalidade de crítica, como corolário de outra garantia constitucional, a da livre expressão do pensamento.

11. Ana Paula Ferrari Lemos Barros (*A importância do conceito de esfera pública de Habermas para a análise da imprensa*) concorda com outros autores que discutiram o tema e afirma que a “proposta de Habermas deve ser entendida como uma situação ideal, na qual todos os argumentos recebem considerações, e os participantes estão dispostos a rever suas opiniões iniciais, sem o exercício de coações, com o objetivo de se chegar a um entendimento. O processo deveria, por natureza, ser livre de restrições de tempo ou da necessidade de se tomarem decisões. Nesse sentido, Habermas estabeleceu parâmetros para se avaliarem debates de temas de interesse público quanto ao grau de democratização:”

- I. Racionalidade – as preferências devem ser justificadas por meio de argumentos.
- II. Expectativa de que os participantes questionem e superem suas preferências iniciais.
- III. Inclusividade – todos devem participar.
- IV. Igualdade – os envolvidos no debate devem trocar opiniões na condição de sujeitos livres e iguais moral e politicamente.
- V. Não coerção entre os participantes – argumentos devem se sustentar por suas qualidades.
- VI. Não restrições de tópicos – qualquer tema pode ser publicamente relevante.
- VII. Revisibilidade de decisões.
- VIII. Governança – limitação de poderes e tempo de discussão com a delegação democrática de administradores do processo.

Analisando os itens, é possível afirmar que

- (A) todos são verdadeiros.
- (B) somente I é falso.
- (C) somente VIII é falso.
- (D) somente IV e V são verdadeiros.
- (E) todos são falsos.

12. A Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) organizou um evento onde estavam presentes os Ministros da Justiça, da Fazenda, da Marinha, da Agricultura e da Indústria e Comércio. Segundo o Decreto n.º 70.274, de 9 de março de 1972, a precedência entre os Ministros será
- (A) de acordo com a ordem de criação dos respectivos Ministérios.
 - (B) aleatória, porque todos os Ministérios têm a mesma importância.
 - (C) definida pela ordem alfabética dos Ministérios.
 - (D) definida pela ordem de chegada dos Ministros à cerimônia.
 - (E) definida pela ordem alfabética dos nomes dos Ministros.
13. A Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) organizou um evento para tratar de informações técnicas sobre as formas de classificação, rotulagem e embalagens de produtos hortícolas, temas de essencial importância para produtores e comerciantes, que foram incentivados a participar do evento como assistentes. Os expositores convidados são técnicos da mais alta competência no meio profissional. A mesa foi presidida pelo Diretor Técnico Operacional, coordenada pela Coordenadora de Sustentabilidade e moderada pelo Coordenador Jurídico. Pela organização descrita, trata-se de
- (A) um simpósio.
 - (B) um painel.
 - (C) uma convenção.
 - (D) um seminário.
 - (E) um fórum.
14. Considere os seguintes conceitos de audiência (Rafael Sampaio – *Propaganda de A a Z*):
- I. “Somatório de todas as audiências obtidas sem descontar as duplicações”;
 - II. “Audiência obtida prioritariamente por um veículo de comunicação ou programa, como, por exemplo, as crianças de um programa infantil...”;
 - III. “Audiência obtida entre pessoas às quais o veículo ou programa não é destinado, como por exemplo, os adultos de um programa infantil...”;
 - IV. “Volume de audiência obtida, descontadas as duplicações. Soma dos que viram, ouviram ou leram as mensagens no mínimo uma vez, contando apenas uma vez cada pessoa.”
- Esses conceitos correspondem, respectivamente, aos seguintes termos da área:
- (A) Audiência Líquida; Audiência Primária; Audiência Secundária; Audiência Bruta.
 - (B) Audiência Bruta; Audiência Secundária; Audiência Primária; Audiência Líquida.
 - (C) Audiência Primária; Audiência Bruta; Audiência Secundária; Audiência Líquida.
 - (D) Audiência Bruta; Audiência Primária; Audiência Secundária; Audiência Líquida.
 - (E) Audiência Secundária; Audiência Primária; Audiência Bruta; Audiência Líquida.
15. O Coordenador de Comunicação e Marketing da Empresa comemorou os 8 pontos de GRP obtidos pela campanha do Banco Ceagesp de Alimentos, isto é, o executivo da Companhia entende que
- (A) a soma total da audiência obtida pela referida campanha foi de 8%.
 - (B) a campanha foi responsável por 8% de participação de mercado.
 - (C) a percepção da campanha pelo consumidor foi de 8%.
 - (D) a campanha correspondeu a 8% do volume total de propaganda veiculada.
 - (E) a lembrança espontânea da campanha junto aos consumidores foi de 8%.
16. Margarida M. Krohling Kunsch, no livro *Relações Públicas e Modernidade*, apresenta uma breve avaliação dos modelos de Relações Públicas elaborados por James E. Grunig e Todd Hunt. Para a autora, o modelo
- (A) de Imprensa/Propaganda é o modelo de mercado. Vê a comunicação de interesse empresarial como tendo uma mão única e tem como público alvo a própria mídia.
 - (B) de Marketing/Mídia é considerado o mais antigo. Visa publicar notícias sobre a organização e despertar a atenção da mídia.
 - (C) de Informação Pública vale-se de pesquisas e outros métodos de comunicação para desenvolver mensagens persuasivas e manipuladoras.
 - (D) assimétrico de duas mãos é caracterizado como jornalístico, dissemina informações relativamente objetivas por meio da mídia em geral e de meios específicos.
 - (E) simétrico de duas mãos busca o equilíbrio entre os interesses da organização e dos públicos envolvidos, baseia-se na pesquisa para administrar conflitos e melhorar o entendimento com os públicos.
17. O Diretor Presidente da Companhia solicitou à Coordenadora de Comunicação e Marketing um plano que conseguisse “estabelecer e manter o contato pessoal e franco entre a organização e os segmentos de públicos” (Waldyr Gutierrez Fortes – *Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*). O Coordenador sugeriu a criação de um veículo de Comunicação Dirigida Aproximativa. O veículo que se adapta ao pedido do Diretor é o seguinte:
- (A) manutenção de Expositores com acesso ao público.
 - (B) organização de Visitas Dirigidas.
 - (C) publicação de Manuais sobre a Companhia.
 - (D) criação e manutenção de um Sistema de Alto-Falante externo.
 - (E) a produção de um CD-ROM para ser distribuído aos públicos da Companhia.

18. Analisando um DVD da Companhia, o responsável pelo Departamento Comercial sugeriu a “inserção em *crawl* ou *roll*” de informações relativas a determinada situação apresentada no vídeo. Isso significa que deverá haver

- (A) acréscimo de som ambiente que aumenta (*crawl*) ou diminui (*roll*) de volume.
- (B) um escurecimento na tela, fazendo com que o produto apareça (*crawl*) ou desapareça (*roll*).
- (C) contraplano do produto (*crawl*) ou do apresentador do DVD (*roll*).
- (D) entrada de legendas no rodapé da tela, da direita para a esquerda (*crawl*), ou de baixo para cima (*roll*).
- (E) movimento de câmera acompanhando o produto para frente (*crawl*) ou para trás (*roll*).

19. “A Companhia de Entrepósito e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp), maior central de abastecimento da América Latina, ficou debaixo d’água nesta terça, dia 8. Isso porque, segundo os meteorologistas, em apenas um dia choveu mais do que o previsto para o mês inteiro. Um levantamento com os prejuízos vai ser divulgado somente nesta quarta, dia 9.” (*Canal Rural*, 21.12.2009)

Esse texto é característico de matérias do gênero

- (A) informativo.
- (B) opinativo.
- (C) editorializado.
- (D) sindical.
- (E) educacional.

20. “A chuva de ontem, que alagou a Ceagesp (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo), provocou uma perda de aproximadamente 70 toneladas de melancias, segundo estimativa divulgada nesta quarta-feira. O número corresponde a 10% dos produtos do setor, o mais afetado pela enchente.” (*Folha Online*, 09.12.2009)

Os critérios de noticiabilidade que justificam essa matéria, levando em consideração os leitores e as condições climáticas e geográficas da cidade, são:

- (A) ineditismo e apelo.
- (B) improbabilidade e empatia.
- (C) apelo e proximidade.
- (D) improbabilidade e ineditismo.
- (E) ineditismo e empatia.

21. Aponte a abertura que tem características de nariz de cera.

- (A) “O Banco Ceagesp de Alimentos (BCA) distribuirá, ao longo desta semana, 200 toneladas de alimentos recebidos da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), a cerca de 50 entidades cadastradas pelo BCA.” (*Brasil Alimentos*, 24.11.2009)
- (B) “Todos os setores da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) foram fechados às 8h desta terça-feira devido ao alagamento em decorrência das chuvas que atingiram a cidade nesta manhã.” (*JBOOnline*, 08.12.2009)
- (C) “Em uma das madrugadas mais frias do ano, o Ceagesp estava lotado de gente. Os frequentadores pareciam se conhecer, havia um clima de camaradagem no ar, mas não se engane. São negociadores espertos. Enxergam peixe bom à distância e estão todos atrás do pescado perfeito. É bom encontrá-lo antes do seu vizinho...” (*O Estado de S.Paulo*)
- (D) “A Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) divulgou nesta quinta-feira (19/11) edital do concurso que oferece 63 vagas, além de cadastro reserva. As oportunidades são para níveis médio e superior. A remuneração varia de R\$ 670,40 a R\$ 6.683,06.” (*Hoje Notícias*, 20.11.2009)
- (E) “A Ceagesp (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo) divulgou em comunicado, nesta terça-feira, que irá destruir e descartar todo produto que, eventualmente, teve contato com a água da inundação. Nesta manhã, o rio Pinheiros transbordou e invadiu uma grande área da Companhia. A empresa não soube informar o prejuízo que a chuva causou, nem quando será retomada a venda no local.” (*Diário do Grande ABC*, 08.12.2009)

22. Segundo Roberto Porto Simões (*Relações Públicas e Micropolíticas*), “a atividade de Relações Públicas, definida conceitualmente como a gestão da função organizacional política, por intermédio do profissional também designado pelo mesmo termo, engloba quatro operações:”

- (A) Prognóstico (prever), Assessoramento (ter alternativas), Implementação (planejar e executar) e Viabilização (criar condições).
- (B) Diagnóstico (Pesquisar), Assessoramento (ter alternativas), Implementação (planejar e executar) e Viabilização (criar condições).
- (C) Diagnóstico (Pesquisar), Prognóstico (prever), Implementação (planejar e executar) e Viabilização (criar condições).
- (D) Diagnóstico (Pesquisar), Prognóstico (prever), Assessoramento (ter alternativas) e Viabilização (criar condições).
- (E) Diagnóstico (Pesquisar), Prognóstico (prever), Assessoramento (ter alternativas) e Implementação (planejar e executar).

23. Aponte o título que está construído com encampação de conceitos expressos por eventual fonte.

- (A) Devido às chuvas em SP, Ceagesp suspende operações de comercialização
(<http://www.noticiasagricolas.com.br/noticias.php?id=58857>)
- (B) Ceagesp deixa licenças de lado e economiza R\$ 1 milhão
(<http://www.softwarelivre.gov.br/artigos/ceagesp-deixa-licencas-de-lado-e-economiza-r-1-milhao>)
- (C) Ceagesp promove concurso para 96 vagas
(http://www.administradores.com.br/noticias/ceagesp_promove_concurso_para_96_vagas/559/)
- (D) Inundação da Ceagesp põe no lixo 30 mil melancias e abacaxis
(<http://oglobo.globo.com/cidades/sp/mat/2009/12/09/inundacao-da-ceagesp-poe-no-lixo-30-mil-melancias-abacaxis-915120000.asp>)
- (E) Ceagesp volta às atividades depois de temporal e contabiliza prejuízos
(<http://www.clicrbs.com.br/canalrural/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&id=2743482&action=noticias>)

24. “HAIA (AFP) – Um novo recorde do mundo de dominós foi registrado na Holanda, durante um programa de TV na noite de sexta-feira: 4.491.863 peças caíram em um total de 4,8 milhões instaladas, anunciaram os organizadores neste sábado.”

(AFP – Sáb, 14 nov 2009)

O *lead* acima indica que a matéria é do gênero

- (A) *fait divers*.
(B) crônica.
(C) comentário.
(D) nota.
(E) conto.

25. “Um jornal publica sua visão sobre fatos atuais, regionais ou nacionais, nos (nas) _____. Eles(as) são textos opinativos não assinados que refletem a posição coletiva da redação do jornal. _____ não são notícias, são opiniões baseadas em fatos. Seja qual for o assunto, os jornais esperam que seus (suas) _____ aumentem o nível de discussão na comunidade”.

(<http://pessoas.hsw.uol.com.br/jornais3.htm>. Adaptado)

A palavra que completa o conceito acima é

- (A) artigos ... Artigos ... artigos
(B) críticas ... Críticas ... críticas
(C) comentários ... Comentários ... comentários
(D) editoriais ... Editoriais ... editoriais
(E) ensaios ... Ensaio ... ensaios

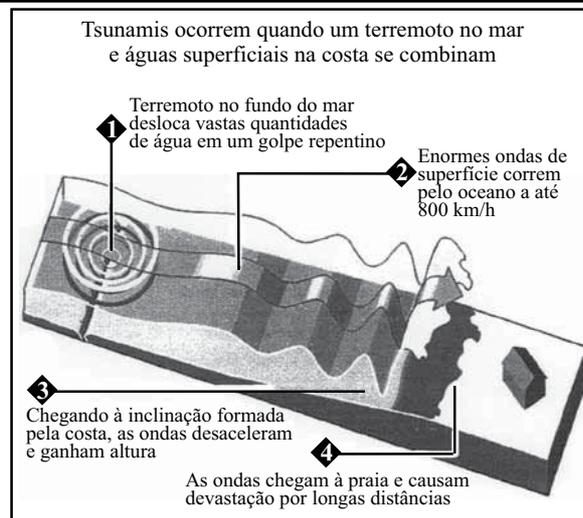
26. “A intenção (louvável) de noticiar os fatos sempre em “*cima da hora*”, mas a circunstância (reprovável) de não conferir a autenticidade de detalhes importantes, levou ontem a Globo News (canal 40) e a Record News a cometerem um equívoco condenado pelo jornalismo sério.

A Globo News passou um tempo no ar, ontem, com imagens de um incêndio, próximo a Congonhas, informando que um avião da Pantanal havia caído na região Sul de SP. A Record News fez o mesmo, sem imagens.

Já a TV Record e a TV BAND entraram com a informação, correta, de que se tratava de um incêndio em uma fábrica de colchões. O apresentador José Luiz Datena pôs-se a criticar os erros dos dois canais.” (Blog do Sarico, 21.05.2008. Adaptado). Erros como esse são chamados no meio jornalístico de

- (A) mico.
(B) barriga.
(C) facão.
(D) voador.
(E) chute.

27. COMO SE FORMAM OS TSUNAMIS



(Longman – *Physical Geography in Diagrams*, Tsunami.org)

As matérias jornalísticas têm sido ilustradas com artes que facilitam o entendimento de determinados conceitos ou fatos, como no exemplo acima. Essas ilustrações são chamadas de

- (A) mapas.
(B) fotomontagem.
(C) cartográficos.
(D) calhaus.
(E) infográficos.

28. O responsável por determinar o que atravessa o portão de entrada no jornal, o que será visto pelo leitor é o _____. É ele que determina o que será notícia e o que não será veiculado pelo jornal. (adaptado de J. B. Singer). A palavra que completa, corretamente, a frase é

- (A) *gatekeeper*.
(B) reporter.
(C) *agenda setting*.
(D) secretário de redação.
(E) diretor comercial.

29. O conjunto de ações focadas no público interno e que tem como objetivo maior conscientizar funcionários e chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente define as atividades do
- (A) marketing de relacionamento.
 - (B) endomarketing.
 - (C) benchmarking.
 - (D) marketing de fidelização.
 - (E) marketing interativo.

30. Em relação à fotografia digital, é correto afirmar que

- (A) o arquivo BMP é muito utilizado para a revelação de fotos digitais porque ele tem baixo kb, o que facilita o envio de imagens pela Internet.
- (B) por compressão de arquivos deve-se entender o processo pelo qual reduzimos o tamanho dos arquivos em bytes. Nesse processo, não haverá perda de informação.
- (C) digitalização é o processo pelo qual se convertem imagens convencionais em BitMap.
- (D) PICT é o formato de arquivo utilizado para transferência de arquivos somente entre aplicativos Linux.
- (E) os arquivos raw estão disponíveis em todas as câmeras e têm a desvantagem de, quando usados, impedirem qualquer modificação da imagem.