



NOME DO CANDIDATO: _____

DOC. DE IDENTIFICAÇÃO: _____

ASSINATURA DO CANDIDATO: _____

PROVA

LÍNGUA PORTUGUESA
CONHECIMENTOS ESPECIFICOS – QUESTÕES OBJETIVAS
REDAÇÃO

ORDEM DAS QUESTÕES:

(01 - 15)
(16 - 50)
(TEMA DE REDAÇÃO)



SUA PROVA

- Este caderno de prova, contém: 15 questões de língua portuguesa, 35 questões objetivas, 1 redação dissertativa.
- Você receberá 1 cartão-resposta destinado às respostas das questões objetivas.
- Você receberá 1 folha oficial para Redação.

=

TEMPO

- O tempo disponível para a realização da prova, é de 3 horas e 30 minutos.
- 60 minutos após o início da prova é possível retirar-se da sala.



É PROIBIDO

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova.
- Sair de sala sem autorização do fiscal de sala.
- Levar a prova antes de finalizar 03 horas de prova.
- Copiar o gabarito em papel, na roupa ou em qualquer parte do corpo, sendo somente permitido no local indicado na prova.



INFORMAÇÕES GERAIS

- As questões objetivas têm cinco alternativas de respostas (A, B, C, D, E) e somente uma delas está correta.
- Verifique se seu caderno está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, notifique imediatamente o fiscal da sala, para que sejam tomadas as devidas providências.
- Confira se seus dados pessoais, nome, CPF e curso estão corretos no cartão-resposta.
- Use somente caneta esferográfica com tinta preta ou azul para preencher o cartão-resposta.
- Assine seu nome apenas nos espaços reservados.
- O preenchimento das respostas da prova objetiva é de sua responsabilidade e não será permitida a troca do cartão-resposta em caso de erro.
- Preencha todo o espaço da opção escolhida para a resposta. A marcação em mais de uma opção, anula a questão, mesmo que uma das respostas esteja correta.
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento de suas respostas. Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas no cartão-resposta da prova objetiva, não sendo permitido anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de prova.

Boa Prova!

LÍNGUA PORTUGUESA

Experiência: a Escola da Ponte

Tudo começou em 2000, via internet. Comecei a receber e-mails de um desconhecido de Portugal, Ademar Ferreira dos Santos. Uma brasileira lhe havia dado um livrinho meu, *Estórias de Quem Gosta de Ensinar*. Ele gostou. Sem nos conhecermos pessoalmente, nos descobrimos amigos. Ele me convidou para ir a Portugal e falar aos professores da Universidade de Braga e a adolescentes de uma escola secundária.

Fui e fiz. Foi bom. Aí, numa manhã, ele me disse: “Vou levar-te a conhecer uma escola diferente”. “Diferente como?”, perguntei. “Não é possível dizer-te. Tu verás.” Chegamos à escola. Na sua frente havia um pátio arborizado. Lá estava o diretor, professor José Pacheco. Aprendi que ele se recusa a ser chamado de diretor, por razões que explicarei mais tarde. Minha expectativa era que o diretor, por um mínimo dever de cortesia, haveria de levar-me a conhecer a escola. Homem de poucas palavras, trocamos meia dúzia de banalidades. Vinha passando à nossa frente uma menina de uns nove anos. Ele a chamou e disse: “Tu podes mostrar e explicar a nossa escola ao nosso visitante?”. “Pois, pois”, respondeu a menina, sem mostrar nenhuma surpresa. Ato contínuo, ele me abandonou e fiquei eu à mercê da menina. Eu nunca tinha tido experiência semelhante e nunca imaginei que fosse possível que um diretor entregasse a uma aluna, menina de nove anos, a tarefa de mostrar e explicar a sua escola a um educador estrangeiro. A menina não se fez de **rogada**. Encaminhou-se **resolutamente** na direção da porta da escola e eu, obedientemente, a segui. Chegando à porta, ela parou, voltou-se para mim e disse em voz resoluta e confiante: “Para entender a nossa escola, o senhor terá de se esquecer de tudo o que o senhor sabe sobre escolas. Não temos turmas, não temos alunos separados por classes, nossos professores não dão aulas com giz e lousa, não temos campanhas separando o tempo, não temos provas e notas”. Foi o segundo susto. As palavras da menina produziram um vazio na minha cabeça. Porque as escolas que conheço, mesmo as mais experimentais e avançadas, têm professores dando aulas, têm turmas, têm salas de aula que separam as crianças, têm provas e testes, têm notas e boletins para o controle dos pais.

Perguntei: “E como é que vocês aprendem?”. Ela me respondeu: “Formamos um pequeno grupo de seis pessoas em torno de um tema de interesse comum. Convidamos um professor para ser nosso assessor. Ele nos ajuda com informações bibliográficas e de internet. Estabelecemos, de comum acordo, um programa de trabalho de duas semanas. Durante esse tempo, lemos e pesquisamos. Ao cabo de duas semanas, nos reunimos para avaliar o que aprendemos e o que deixamos de aprender”. Percebi logo que naquela escola não podia haver livros-texto. Livros-texto são onde se encontram os saberes que, por escolha e determinação de uma instância burocrática superior, devem ser aprendidos pelos alunos. O conjunto desses saberes se denomina “programa”. Mas acontece que a curiosidade não segue os caminhos determinados pela burocracia. Sem livros-texto, as crianças têm de aprender a procurar os saberes necessários à compreensão do “tema de interesse comum”. E os professores deixam de ser aqueles que dominam os saberes prescritos pelos programas. Eles se encontram permanentemente em suspenso ante o inesperado dos interesses das crianças. Os professores não são aqueles que conhecem os saberes. São aqueles que sabem encontrar caminhos para eles. De qualquer forma, os saberes já se encontram em livros, bibliotecas, enciclopédias, internet. Acresce-se a isso o fato de que, hoje, os saberes se tornam rapidamente obsoletos. Se os alunos tiverem os mapas e souberem encontrar o caminho, eles terão sempre condições de descobrir o que sua curiosidade pede. E os professores, por não saberem de antemão o que as crianças querem saber, têm de se tornar aprendizes junto às crianças. O tal “programa de trabalho de duas semanas”, de que falou a menina, era para os professores também. Eles ensinam o aprender aprendendo junto.

O texto foi extraído do livro: ALVES, Rubem. **O desejo de ensinar e a arte de aprender**. Campinas: Fundação EDUCAR DPaschoal, 2004.

A partir do texto acima, resolva as questões de 1 a 4.

1. Qual das alternativas não exprime o pensamento do autor?

- a) A escola traz novidades quanto ao método de ensino.
- b) O autor imaginava e esperava que o diretor o levasse para conhecer a escola.
- c) Rubem Alves sentiu que o diretor o deixou.
- d) No início das explicações da aluna, o autor demonstrou perplexidade no tocante à escola não ter o formato tradicional de outras instituições.
- e) Para o autor, a aprendizagem naquela escola não ocorre de forma mútua e colaborativa entre alunos e professores.

2. A palavra “rogada”, no texto, pode ser substituída por:

- a) Fácil.
- b) Difícil.
- c) Impaciente.
- d) Clara.
- e) Gentil.

3. No texto há a palavra “resolutamente”, a que classe de palavras ela pertence?

- a) Adjetivo.
- b) Advérbio.
- c) Conjunção.
- d) Interjeição.
- e) Pronome.

4. No texto, há a oração “Na sua frente havia um pátio arborizado”, sobre a conjugação do verbo sublinhado na referida oração, ele está em que tempo e em que modo?

- a) Tempo pretérito mais-que-perfeito do modo indicativo.
- b) Tempo pretérito imperfeito do modo subjuntivo.
- c) Tempo pretérito imperfeito do modo indicativo.
- d) Tempo pretérito perfeito do modo indicativo.
- e) Tempo futuro do pretérito do modo indicativo.

5. Marque a opção em que há aposto:

- a) Gosto de todos os tipos de frutas: maçã, uva, laranja, mamão, melão, morango.
- b) Bom dia!
- c) Minha filha, por que você não foi à escola?
- d) Jovens, estudem!
- e) Meus amigos, fiquem atentos ao filme.

6. Escolha a alternativa na qual as palavras estão escritas corretamente:

- a) Supérfulo; sobrepujante; previlégio; empecilho.
- b) Reivindicação; gratuito; degladiar; iorgute.
- c) Exceção; losângulo; xuxu; beneficente.
- d) Cabeleira; sossego; cadaço; mecher.
- e) Capcioso; elucubração; fugaz; plissado.

7. Analise as orações abaixo. Qual delas há sujeito elíptico?

- a) Precisa-se de pintor para trabalhar na empresa.
- b) Amanheceu rapidamente.
- c) Faz dez anos que namoramos.
- d) Ana e Isaque cantam muito bem.
- e) Ficamos felizes pelo presente.

8. Quanto à crase, marque a opção correta:

I. Hoje, ___ 12:00, almoçarei naquele mesmo restaurante e pagarei ___ vista.

II. Ele está calçado ___ Luís XV e por isso irá ___ casa de *shows* para apresentar uma peça teatral.

III. Dessa vez, não tenho muito ___ dizer sobre o assunto, pois não gosto de conversar ___ distância.

Prefiro falar face ___ face.

- a) I. as, à; II. à, a; III. à, à, à.
- b) I. às, a; II. a, à; III. a, a, à.
- c) I. às, à; II. à, à; III. a, a, a.
- d) I. às, a; II. a, a; III. à, a, a.
- e) I. às, a; II. a, a; III. a, à, à.

9. Preencha as sentenças:

I. Atualmente, ___ pessoas optam por permanecer solteiras, ___, ainda assim, muitos sujeitos desejam se casar.

II. O cantor não fez _____ para que a mídia o ajudasse a ser famoso.

III. Meus primos deverão _____ ao Brasil em 2025.

IV. Não tem _____ o time ter perdido daquele jeito e ter retornada ao _____.

Marque a alternativa correta:

- a) I. mais, mas; II. nada de mais; III. vim; IV. nada haver, meio-dia e meio.
- b) I. mas, mais; II. nada demais; III. vir; IV. nada a ver, meio dia e meia.
- c) I. mas, mais; II. nada de mais; III. vim; IV. nada haver, meio-dia e meia.
- d) I. mais, mas; II. nada de mais; III. vir; IV. nada a ver, meio-dia e meia.
- e) I. mais, mas; II. nada demais; III. vim; IV. nada a ver, meio-dia e meia.

10. Qual das palavras diz respeito a um dígrafo?

- a) Chapéu.
- b) Burocracia.
- c) Peixe.
- d) Uruguai.
- e) Saúde.

11. O conjunto de palavras que constam apenas polissemia:

- a) Manga, cabo, planta, banco.
- b) Hoje, alegria, casa, pedra.
- c) Amor, fraternidade, caráter, verdade.
- d) Bom, empatia, estrutura, computador.
- e) Televisão, rádio, caderno, bola.

12. Identifique e assinale o item que traz um exemplo de prosopopeia:

- a) Seus dentes são como pérolas.
- b) O mar olhava silenciosamente para o casal que se cumprimentava.
- c) A Terra da Luz é a cidade mais bonita do Nordeste.
- d) Marcelo andou mais rápido do que um avião.
- e) Helena estava um pouquinho sem paciência.

13. Jocosos pode ser um sinônimo de:

- a) Alegre.
- b) Chato.
- c) Exigente.
- d) Formal.
- e) Educado.

14. Conforme as regras da língua portuguesa, identifique o uso do hífen que está empregado de modo correto:

- a) Dia-a-dia.
- b) Frente-a-frente.
- c) Bem-sucedido.
- d) Auto-regulação.
- e) Co-autoria.

15. Observe as palavras e assinale a que é formada por justaposição:

- a) Hidrelétrica.
- b) Vinagre.
- c) Passatempo.
- d) Fidalgo.
- e) Pernilongo.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. A crescente complexidade do mundo contemporâneo e a explosão de informações exigem dos profissionais de jornalismo um conhecimento cada vez mais aprofundado em áreas específicas. Nesse contexto, a especialização em jornalismo surge como uma ferramenta fundamental para a qualificação dos jornalistas e a produção de conteúdo jornalístico de qualidade.

Com base no exposto, avalie as seguintes afirmativas sobre a importância e as características da especialização em jornalismo:

- I - A especialização em jornalismo permite ao profissional se aprofundar em um tema específico, o que lhe garante maior domínio técnico e teórico sobre a área.
- II - A especialização em jornalismo torna o profissional mais versátil e apto a atuar em diferentes áreas do jornalismo, desde a reportagem até a edição.
- III - A especialização em jornalismo garante ao profissional um diferencial no mercado de trabalho, aumentando suas chances de emprego e melhores salários.
- IV - A especialização em jornalismo é obrigatória para todos os jornalistas que desejam trabalhar na área.
- V - A especialização em jornalismo é direcionada apenas para jornalistas experientes, com no mínimo 5 anos de carreira.

Assinale a alternativa correta:

- a) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.
- b) Apenas as afirmativas II e IV estão corretas.
- c) Apenas as afirmativas I, III e V estão corretas.
- d) Apenas as afirmativas II, III e IV estão corretas.
- e) Todas as afirmativas estão corretas.

17. A teoria do fazer jornalístico, proposta por Fernando Antônio Martinez de Azevedo, destaca a importância da prática profissional na formação do jornalista. Nesse sentido, a especialização em jornalismo contribui para o desenvolvimento do fazer jornalístico ao:

- a) Fornecer ao jornalista um conjunto único de ferramentas teóricas e técnicas prontas para serem aplicadas na prática profissional.
- b) Propiciar ao jornalista a oportunidade de vivenciar diferentes áreas do jornalismo e experimentar diversas funções dentro da redação.
- c) Incentivar o jornalista a refletir criticamente sobre sua própria prática e buscar aprimorar continuamente suas habilidades.
- d) Oferecer ao jornalista um ambiente de aprendizado seguro e controlado, onde ele possa errar e aprender com as consequências.
- e) Transmitir ao jornalista o conhecimento teórico necessário para que ele possa atuar com autonomia e independência em sua carreira.

18. A mídia impressa, desde seus primórdios, desempenhou um papel crucial na formação da sociedade. Através de jornais, revistas, livros e outros formatos, essa mídia moldou a forma como as pessoas se informavam, se conectavam e compreendiam o mundo ao seu redor. Ao longo da história, a mídia impressa passou por diversas transformações, impulsionadas por avanços tecnológicos, mudanças sociais e culturais e novos modelos de negócio.

Analise as alternativas a seguir e assinale a que MELHOR representa os impactos da evolução da mídia impressa na sociedade:

- a) A mídia impressa, com sua natureza imutável, sempre se manteve como um pilar fundamental da democracia e da liberdade de expressão, sem sofrer alterações significativas ao longo do tempo.
- b) A ascensão da mídia impressa, especialmente jornais e revistas, levou à democratização do acesso à informação, antes restrita a elites educadas e com poder aquisitivo.
- c) A mídia impressa, em sua fase de apogeu, não apresentou desafios ou críticas, sendo vista como uma fonte de informação totalmente imparcial e confiável.
- d) A evolução da mídia impressa, marcada pela introdução de novas tecnologias como a impressão a vapor e a rotativa, não influenciou a forma como a informação era produzida e distribuída.
- e) A mídia impressa, apesar de ter sido um importante veículo de comunicação no passado, perdeu completamente sua relevância na era digital, sendo substituída por mídias online.

19. A mídia impressa se caracteriza por sua ampla variedade de formatos, cada um com suas próprias características e funções. Jornais, revistas, livros, folhetos, cartazes e outros formatos impressos servem a diferentes propósitos, desde informar e entreter o público até promover produtos e serviços. A escolha do formato ideal depende de diversos fatores, como público-alvo, conteúdo a ser transmitido, orçamento disponível e objetivos da comunicação.

Com base no texto acima, assinale a alternativa **INCORRETA** sobre as características e formatos da mídia impressa:

- a) Jornais diários geralmente apresentam um formato tabloide, com foco em notícias curtas, atualizadas e de grande interesse público, enquanto revistas semanais ou mensais podem optar por um formato magazine, com artigos mais longos e aprofundados, além de imagens de alta qualidade.
- b) Livros, por sua vez, oferecem uma experiência de leitura mais imersiva e extensa, permitindo o desenvolvimento de ideias complexas e a exploração de diferentes gêneros literários.
- c) Folhetos e cartazes, por serem materiais de comunicação visual, priorizam o uso de imagens chamativas e textos concisos para transmitir mensagens de forma rápida e impactante.
- d) A mídia impressa, em todos os seus formatos, apresenta um caráter efêmero, com edições limitadas no tempo e conteúdo que se torna desatualizado rapidamente.
- e) A produção da mídia impressa envolve um processo complexo que inclui desde a concepção do conteúdo até a impressão e distribuição do material final, exigindo planejamento, recursos financeiros e expertise técnica.

20. Em relação à função das editoriais do jornal impresso na atualidade, assinale a alternativa **INCORRETA**:

- a) As editoriais continuam a ser um espaço importante para a apresentação da opinião do jornal sobre temas relevantes para a sociedade.
- b) As editoriais podem servir como ferramenta para estimular o debate público e promover a reflexão crítica sobre questões complexas.
- c) As editoriais devem ser redigidas em linguagem neutra e objetiva, evitando a expressão de opiniões pessoais ou preferências ideológicas.
- d) As editoriais podem contribuir para a formação da opinião pública e influenciar a agenda de debates na sociedade.
- e) As editoriais devem ser baseadas em fatos concretos e análises consistentes, evitando a manipulação da informação ou a promoção de agendas particulares.

21. Considerando as tendências do jornalismo na era digital, qual das alternativas a seguir representa a melhor estratégia para as editoriais do jornal impresso se manterem relevantes e competitivas?

- a) Priorizar a publicação de notícias em tempo real, mesmo que isso signifique sacrificar a qualidade da análise e da contextualização dos fatos.
- b) Adaptar o formato das editoriais para plataformas digitais, como blogs e redes sociais, sem alterar o estilo tradicional de escrita e argumentação.
- c) Reduzir a frequência de publicação de editoriais, focando em temas de grande repercussão e impacto social imediato.
- d) Investir na produção de conteúdo multimídia, como vídeos e infográficos, para complementar as editoriais tradicionais e atrair um público mais jovem.
- e) Manter o foco na produção de editoriais longas e aprofundadas, mesmo que isso implique na perda de leitores que preferem conteúdos mais concisos e dinâmicos.

22. As mudanças no cenário do jornalismo impresso influenciaram diretamente a estrutura e o funcionamento das editorias. Nesse contexto, qual das alternativas a seguir NÃO representa uma consequência das transformações pelas quais as editorias passaram?

- a) Redução do número de seções temáticas: Diminuição da quantidade de editorias tradicionais, como caderno de esportes ou de cultura, em decorrência da convergência midiática e da personalização do conteúdo.
- b) Aumento da colaboração entre equipes: Trabalho conjunto entre diferentes editorias para produção de conteúdo multimídia e a cobertura de temas complexos, que exigem expertise em diversas áreas.
- c) Maior autonomia dos jornalistas: Maior liberdade para a escolha de temas e a definição da abordagem editorial, em um contexto de valorização da curadoria de conteúdo e da expertise individual.
- d) Descentralização da produção: Distribuição da produção de conteúdo entre diferentes plataformas, com equipes trabalhando em diferentes locais e horários, utilizando ferramentas digitais de comunicação e colaboração.
- e) Priorização do conteúdo opinativo: Aumento da quantidade de artigos de opinião, colunas e blogs, em detrimento da cobertura jornalística factual e imparcial.

23. O município de X, com cerca de 50 mil habitantes, enfrenta há anos desafios na comunicação com sua população. Percebe-se um baixo nível de engajamento da comunidade em ações públicas, desinformação sobre serviços essenciais e frequentes reclamações sobre a falta de transparência da gestão municipal. Diante desse cenário, a prefeitura decide contratar um profissional de jornalismo para realizar um diagnóstico aprofundado dos problemas de comunicação da instituição.

Com base no cenário descrito, quais as principais etapas que o jornalista deve seguir para realizar um diagnóstico abrangente e eficaz dos problemas de comunicação da prefeitura de X? Leia atentamente as cinco alternativas a seguir e escolha a única que melhor responde à questão.

- a) Realizar entrevistas individuais com o prefeito, secretários municipais e alguns servidores, buscando compreender a percepção interna sobre a comunicação da instituição.
- b) Analisar os canais de comunicação oficiais da prefeitura (site, redes sociais, releases de imprensa etc.) e verificar sua efetividade na transmissão de informações à população.
- c) Aplicar questionários online e presenciais à população de X para identificar suas necessidades de informação, canais de comunicação preferidos e nível de satisfação com a comunicação da prefeitura.
- d) Mapear os principais veículos de comunicação local (jornais, rádios, TVs etc.) e realizar entrevistas com seus editores para entender a cobertura da prefeitura pela mídia.
- e) Todas as alternativas acima.

24. Em situações de crise, a assessoria de imprensa assume um papel crucial na comunicação da organização. Qual das alternativas a seguir NÃO se configura como uma medida essencial na gestão de crises de imagem?

- a) Ação rápida e proativa, com comunicação transparente e precisa desde o início da crise, evitando especulações.
- b) Identificação das causas da crise e implementação de medidas para solucioná-la ou mitigá-la o mais rápido possível.
- c) Estabelecimento de um único porta-voz oficial para a organização, evitando contradições e garantindo coesão na comunicação.
- d) Monitoramento constante da cobertura da mídia sobre a crise e resposta imediata a informações incorretas ou distorcidas.

e) Negociação com veículos de comunicação para obter cobertura favorável à organização, mesmo que à custa da verdade.

25. Ao redigir um release, a assessoria de imprensa deve ter como objetivo principal informar os jornalistas sobre um fato relevante relacionado à organização. Nesse contexto, qual das alternativas a seguir NÃO se configura como um critério importante para a seleção de informações a serem incluídas no release?

- a) Relevância para o público-alvo, considerando os interesses e necessidades dos jornalistas.
- b) Novidade e atualidade do fato, priorizando informações recentes e que ainda não foram amplamente divulgadas.
- c) Veracidade e confiabilidade das informações, com base em dados concretos e fontes fidedignas.
- d) Potencial de impacto positivo para a imagem da organização, buscando gerar cobertura favorável.
- e) Caráter promocional ou publicitário do fato, priorizando a venda de produtos ou serviços da organização.

26. Leia cada questão com atenção e assinale a alternativa única correta.

No dinâmico ambiente da assessoria de imprensa, diversas ferramentas se mostram indispensáveis para o sucesso das ações de comunicação. Dentre as opções abaixo, qual NÃO se configura como uma ferramenta essencial para o trabalho do assessor de imprensa na atualidade?

- a) Softwares de CRM (Customer Relationship Management): Permitem organizar e gerenciar o relacionamento com jornalistas, facilitando a segmentação por área de interesse, histórico de publicações e outros critérios relevantes.
- b) Plataformas de monitoramento de mídia: Monitoram em tempo real as menções à organização e seus stakeholders em diversos canais online, como sites de notícias, redes sociais e blogs.
- c) Ferramentas de análise de dados: Auxiliam na mensuração da efetividade das ações de assessoria de imprensa, fornecendo insights sobre o alcance das mensagens, o engajamento da audiência e o retorno sobre o investimento (ROI).
- d) Serviços de clipping: Fornecem recortes de matérias jornalísticas que mencionam a organização ou seus temas de interesse, facilitando o acompanhamento da cobertura da mídia.
- e) Pastas físicas com recortes de matérias e anotações manuscritas: Apesar de terem sido úteis no passado, essa prática manual se tornou ineficiente e inadequada para o ritmo acelerado da comunicação digital.

27. Diante da proliferação de notícias falsas, o jornalista de assessoria de imprensa assume um papel crucial na defesa da verdade e da ética jornalística. Qual das alternativas a seguir NÃO se configura como uma prática essencial para o cumprimento dessa missão?

- a) Priorizar a velocidade na divulgação de notícias, mesmo que isso signifique correr o risco de publicar informações incorretas.
- b) Utilizar ferramentas de verificação de fatos e consultar especialistas em diversas áreas para embasar suas análises e reportagens.
- c) Citar as fontes de informação de forma precisa e transparente, permitindo que o público possa verificar a veracidade das informações por conta própria.
- d) Evitar o uso de linguagem sensacionalista ou alarmista, que possa contribuir para disseminação de desinformação e do medo.
- e) Desenvolver um senso crítico apurado, questionando informações inverossímeis e buscando fontes confiáveis para confirmá-las ou refutá-las.

28. A comunicação pública é fundamental para a democratização da informação, o fortalecimento da cidadania, e contribui para a construção de uma sociedade mais justa e democrática. Com base nesse conceito, assinale a alternativa correta sobre a comunicação pública no contexto atual.

- a) A comunicação pública deve priorizar os interesses comerciais de empresas de mídia privada para garantir a sustentabilidade econômica do setor.
- b) A comunicação pública deve ser neutra e evitar qualquer tipo de influência ou controle governamental para assegurar a imparcialidade da informação.
- c) A comunicação pública tem o papel de informar a sociedade sobre as ações governamentais, mas não deve promover a transparência ou a participação cidadã.
- d) A comunicação pública visa a disseminação de informações culturais e educacionais, excluindo temas políticos e sociais.
- e) A comunicação pública deve atuar como um canal de diálogo entre governo e sociedade, promovendo a transparência, a participação cidadã e a accountability.

29. No universo da comunicação organizacional, as publicações institucionais assumem um papel estratégico na construção da imagem da organização e na interação com seus públicos. Entre as características que definem esse tipo de publicação, NÃO se encontra:

- a) Planejamento estratégico: Definição clara dos objetivos da publicação, do público-alvo, do conteúdo editorial e da periodicidade, alinhados com a comunicação geral da organização.
- b) Conteúdo informativo e relevante: Apresentação de informações de interesse para o público-alvo, de forma clara, objetiva e acessível, utilizando linguagem adequada ao perfil do leitor.
- c) Design atrativo e profissional: Layout visual harmonioso, que valoriza a identidade visual da organização e contribui para a leitura agradável da publicação.
- d) Veiculação gratuita e ampla, inclusive fora do país: Distribuição gratuita da publicação para o público-alvo, através de diversos canais, como correio, eventos, website e redes sociais.
- e) Ausência de caráter comercial ou promocional: Foco na divulgação de informações institucionais e na construção da imagem da organização, sem venda direta de produtos ou serviços.

30. No âmbito do Ministério Público, as publicações institucionais assumem um papel crucial na promoção da transparência, e da educação jurídica da sociedade. Dentre as características que definem esse tipo de publicação nesse contexto, NÃO se encontra:

- a) Foco na informação institucional: Divulgação de informações sobre a estrutura, as funções, os atendimentos, os projetos e as ações do Ministério Público, de forma clara, acessível e objetiva.
- b) Linguagem simples e direta: Evitação de jargões técnicos e termos jurídicos complexos, utilizando linguagem coloquial e exemplos práticos para facilitar a compreensão pelo público em geral.
- c) Abordagem educativa e informativa: Apresentação de conteúdos que contribuam para a educação jurídica da população, promovendo o conhecimento dos direitos e deveres e a importância do Ministério Público na defesa da sociedade.
- d) Caráter exclusivamente promocional: Priorização da divulgação de feitos e resultados positivos do Ministério Público.
- e) Pluralidade de vozes e perspectivas: Apresentação de diferentes pontos de vista e visões sobre temas relevantes à atuação do Ministério Público, incluindo críticas e sugestões da sociedade civil.

31. A variedade de formatos e linguagens disponíveis possibilita que as publicações institucionais do Ministério Público alcancem diferentes públicos e atendam a diversos objetivos. Dentre as alternativas a seguir, qual NÃO representa um tipo de publicação institucional comum nesse contexto?

- a) Cartilhas informativas: Publicações de menor porte, com linguagem simples e ilustrações, abordando temas específicos de interesse público, como direitos do consumidor, proteção ambiental e combate à violência.
- b) Relatórios anuais de atividades: Apresentam um panorama abrangente da atuação do Ministério Público em um determinado período, incluindo dados estatísticos, casos emblemáticos e reflexões sobre os desafios e conquistas da instituição.
- c) Material promocional de campanhas políticas: Peças gráficas e audiovisuais com linguagem persuasiva e foco na mobilização social para temas específicos, como combate à corrupção, promoção da igualdade racial e defesa dos direitos humanos.
- d) Revistas institucionais: Publicações de maior porte, com conteúdo mais aprofundado e artigos de especialistas, abordando temas jurídicos, sociais e institucionais relevantes para o Ministério Público.
- e) Website e redes sociais: Canais digitais que permitem a publicação de conteúdo institucional de forma dinâmica e interativa, além da promoção de campanhas, da interação com o público e da prestação de contas à sociedade.

32. No contexto do relacionamento com a imprensa em órgãos públicos, qual das alternativas a seguir NÃO representa um desafio a ser superado pelo jornalista responsável pela área?

- a) Gerenciar expectativas conflitantes entre o sigilo necessário à administração pública e a demanda por transparência por parte da mídia e da sociedade.
- b) Construir e manter relações de confiança com jornalistas de diferentes veículos de comunicação, com base em ética, profissionalismo e respeito mútuo.
- c) Adequar, em todas as ocasiões, a linguagem técnica da administração pública à linguagem jornalística clara, concisa e acessível ao público em geral.
- d) Articular a comunicação pública com as demais áreas da organização, garantindo a coerência e a efetividade das mensagens transmitidas.
- e) Lidar com situações de crise que possam afetar a imagem e a reputação do órgão público, buscando minimizar os danos e restabelecer a confiança da população.

33. Sobre o relacionamento com a imprensa no âmbito de órgãos públicos, analise as afirmativas abaixo e assinale a alternativa correta:

- a) É fundamental que os órgãos públicos limitem ao máximo a divulgação de informações, visando evitar controvérsias e proteger a imagem institucional.
- b) A transparência e a prestação de contas à sociedade são princípios fundamentais que regem a comunicação dos órgãos públicos com a imprensa.
- c) O porta-voz de um órgão público deve evitar o contato direto com jornalistas para minimizar a possibilidade de mal-entendidos e distorções.
- d) Em caso de crise, é recomendado que os órgãos públicos mantenham silêncio até que todas as informações estejam completamente verificadas e confirmadas.
- e) A comunicação pública deve ser conduzida de maneira unilateral, priorizando apenas os interesses do órgão e desconsiderando as demandas da sociedade e da imprensa.

34. No que se refere à redação e edição de textos jornalísticos para veículos impressos, julgue os itens abaixo e assinale a alternativa correta:

- a) O uso de linguagem técnica e jargões específicos é recomendado para demonstrar o domínio do assunto pelo jornalista, mesmo que isso dificulte a compreensão do público geral.
- b) A clareza e a objetividade são princípios essenciais na redação jornalística, devendo ser priorizados para garantir a compreensão do leitor.
- c) A inclusão de opiniões pessoais do jornalista no corpo da notícia é aceitável, desde que sejam fundamentadas e coerentes com os fatos apresentados.
- d) A edição de textos deve focar apenas na correção gramatical, deixando de lado a estrutura e a coesão do texto, pois estas são de menor importância.
- e) O lead, ou abertura do texto, deve ser evitado, já que ele pode prejudicar a fluidez da matéria e tornar a leitura cansativa.

35. Ao apurar um fato para uma reportagem em um veículo impresso, qual das alternativas a seguir NÃO representa uma etapa fundamental para a produção de um texto jornalístico de qualidade?

- a) Definir o tema e o ângulo da reportagem, considerando o público-alvo, a relevância do assunto e os objetivos da publicação.
- b) Realizar pesquisa documental, buscando informações em fontes confiáveis como livros, artigos científicos, relatórios oficiais e bases de dados.
- c) Entrevistar fontes qualificadas, como especialistas, autoridades, pessoas envolvidas no fato e testemunhas oculares.
- d) Observar o local do fato, coletando dados sensoriais e registrando detalhes que possam enriquecer a narrativa.
- e) Criar um roteiro de entrevista com perguntas previamente elaboradas, sem considerar a dinâmica da conversa e a necessidade de improvisar, uma vez que o entrevistado deve se sentir totalmente à vontade.

36. No que se refere à redação, apuração e edição de textos jornalísticos para rádio, julgue os itens abaixo e assinale a alternativa correta:

- a) A redação para rádio deve evitar repetições e reforços, pois os ouvintes conseguem reter informações complexas com a mesma facilidade que leitores de jornais impressos.
- b) Textos para rádio devem ser escritos com frases longas e elaboradas, para garantir que todos os detalhes sejam incluídos na transmissão.
- c) A edição de textos para rádio deve focar em cortar informações secundárias, priorizando a clareza e a concisão devido ao tempo limitado de transmissão.
- d) Em apuração para o rádio, é suficiente utilizar uma única fonte de informação, especialmente em notícias de última hora, devido à urgência na transmissão.
- e) A introdução de pausas e ênfases no texto não é necessária, uma vez que a leitura contínua e sem interrupções é mais eficiente na transmissão de informações.

37. Na edição de uma reportagem televisiva, qual das alternativas a seguir NÃO representa uma etapa fundamental para a produção de um material jornalístico de qualidade?

- a) Selecionar as melhores imagens e sons captados durante a filmagem, considerando a relevância para a narrativa e o impacto visual.
- b) Realizar a edição das imagens, utilizando técnicas como cortes, transições, efeitos visuais e grafismos para dar ritmo à reportagem e facilitar a compreensão.
- c) Sincronizar as imagens com o áudio da narração e das entrevistas, garantindo a coesão entre os

elementos da reportagem.

d) A apuração de informações para televisão deve focar exclusivamente em fontes oficiais, evitando a inclusão de testemunhos de cidadãos comuns para não comprometer a credibilidade da matéria.

e) Incluir legendas nas entrevistas e em trechos de áudio que apresentem dificuldade de compreensão, garantindo acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva.

38. Qual das alternativas a seguir NÃO representa uma prática recomendada para otimizar a experiência do leitor e aumentar o engajamento com um texto jornalístico em um veículo online?

a) Utilizar títulos claros, concisos e informativos que despertem o interesse do leitor e resumam o conteúdo principal da matéria.

b) Estruturar o texto em seções curtas e com subtítulos, facilitando a leitura em telas digitais e rápida identificação das informações.

c) Empregar linguagem hipertextual, com links para outras páginas relevantes do site ou para fontes externas de informação confiáveis.

d) Incluir recursos multimídia como imagens, vídeos, infográficos e gifs, que complementam o texto e enriquecem a experiência do leitor.

e) A apuração para internet deve dispensar o contato com fontes primárias, uma vez que há abundância de informações disponíveis online que podem ser utilizadas diretamente.

39. A ética jornalística é um conjunto de princípios e normas que regem a conduta dos profissionais da comunicação, visando garantir a veracidade, imparcialidade e responsabilidade na disseminação de informações. Considere as afirmativas abaixo e assinale a alternativa correta sobre práticas éticas no jornalismo.

a) A divulgação de informações não verificadas é aceitável quando a fonte é confiável e possui histórico de credibilidade.

b) Jornalistas devem evitar a revelação de conflitos de interesse, pois isso pode comprometer a credibilidade do veículo de comunicação.

c) A inclusão de opiniões pessoais em reportagens noticiosas é ética, desde que sejam apresentadas de forma clara e não influenciem a percepção dos fatos.

d) É ético para um jornalista aceitar presentes ou favores de fontes, desde que isso não interfira diretamente na reportagem em questão.

e) O respeito à privacidade das pessoas e a obtenção de consentimento antes da publicação de informações sensíveis são práticas fundamentais da ética jornalística.

40. O rádio e a televisão, como meios de comunicação de massa, utilizam diversas técnicas e estratégias para segmentar seu conteúdo e atingir diferentes públicos-alvo. Considere as afirmativas abaixo e assinale a alternativa correta sobre segmentação e público-alvo em rádio e TV.

a) A segmentação de audiência é uma prática obsoleta no rádio e na TV, uma vez que a globalização da informação exige uma abordagem universal para todos os públicos.

b) A definição do público-alvo em programas de rádio e TV deve basear-se exclusivamente em dados demográficos, desconsiderando interesses e comportamentos específicos.

c) A segmentação de conteúdo em rádio e TV permite que os veículos de comunicação criem programas específicos para nichos de audiência, aumentando o engajamento e a fidelidade do público.

d) O tratamento da notícia deve ser uniforme em todos os programas, independentemente do público-alvo, para garantir a imparcialidade e a consistência da informação.

e) A segmentação e a definição do público-alvo são irrelevantes para a qualidade do conteúdo jornalístico, pois a notícia deve ser apresentada da mesma forma para todos os espectadores.

41. No universo dinâmico e multifacetado do jornalismo radiofônico e televisivo, a seleção e o tratamento da notícia assumem papel crucial na construção de narrativas que prendem a atenção do público e transmitem informações de forma clara, precisa e engajadora. Em relação à segmentação e ao público-alvo no jornalismo radiofônico e televisivo, qual das alternativas a seguir NÃO se configura como uma prática recomendada para garantir a efetividade da comunicação?

- a) Realizar pesquisas de mercado para identificar os perfis, interesses e hábitos de consumo dos diferentes públicos-alvo.
- b) Considerar a faixa etária, nível de escolaridade, classe social, região geográfica e outros fatores sociodemográficos do público.
- c) Adequar a linguagem, o ritmo e o formato das transmissões às características e expectativas do público-alvo.
- d) Oferecer uma programação diversificada que atenda aos diferentes interesses e necessidades do público de forma segmentada.
- e) Priorizar a cobertura de eventos e temas que estejam em alta na mídia, mesmo que não tenha relevância social.

42. A produção de conteúdo para mídias digitais requer o entendimento de como a linguagem pode ser adaptada para diferentes plataformas e públicos. Analise as afirmativas abaixo e assinale a alternativa correta sobre a adaptação da linguagem para as mídias digitais.

- a) A linguagem utilizada nas mídias digitais deve ser padronizada em todas as plataformas, independentemente das características e preferências do público de cada uma.
- b) O uso de técnicas de SEO (Search Engine Optimization) é irrelevante para a linguagem digital, já que o conteúdo de qualidade naturalmente alcança boa visibilidade sem otimização.
- c) A concisão e a objetividade são essenciais na linguagem digital, pois a atenção do usuário é limitada e dispersa, exigindo que a mensagem seja transmitida de forma rápida e clara.
- d) A linguagem das mídias digitais deve evitar qualquer forma de personalização ou engajamento direto com o público, para manter uma postura profissional e imparcial.
- e) A adaptação da linguagem para diferentes plataformas digitais significa apenas ajustar o formato do texto, sem a necessidade de alterar o estilo ou o tom da comunicação.

43. Ao escrever um post para um blog jornalístico, qual das alternativas a seguir NÃO representa uma boa prática para otimizar a leitura e o engajamento dos usuários?

- a) Utilizar linguagem coloquial e próxima do público-alvo, evitando termos técnicos e jargões que dificultem a compreensão.
- b) Estruturar o texto em parágrafos curtos e concisos, com frases simples e diretas que facilitem a leitura em telas digitais.
- c) Empregar recursos visuais como imagens, gifs e vídeos para ilustrar as ideias e prender a atenção do leitor.
- d) Escrever o texto em linguagem formal e rebuscada, demonstrando erudição e conhecimento técnico aprofundado.
- e) Incluir links para outras páginas relevantes do blog ou para fontes externas de informação confiáveis.

44. A objetividade no jornalismo é um princípio fundamental que busca assegurar que as notícias sejam apresentadas de forma imparcial e precisa, evitando a influência de opiniões pessoais ou preconceitos. No entanto, a prática da objetividade enfrenta inúmeros desafios, incluindo a seleção de notícias, a estruturação das narrativas e a influência de crenças e valores pessoais dos jornalistas. Considerando o conceito de objetividade na imprensa, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) A objetividade jornalística garante que todas as notícias publicadas sejam completamente imparciais, eliminando qualquer influência de crenças e valores pessoais dos jornalistas.
- b) A escolha dos eventos a serem reportados é uma prática inteiramente objetiva e não sofre influência de critérios subjetivos como relevância e interesse público.
- c) A utilização de fontes diversificadas e a verificação rigorosa dos fatos são práticas que ajudam a reduzir o viés, mas não eliminam completamente a subjetividade na cobertura jornalística.
- d) O impacto das mídias sociais é exclusivamente negativo para a objetividade jornalística, uma vez que aumenta a disseminação de desinformação e cria bolhas de filtro.
- e) A objetividade jornalística não é mais um valor relevante no jornalismo contemporâneo. Diante da proliferação de desinformação e da fragmentação da audiência, o jornalista deve se concentrar em apresentar sua própria visão dos fatos, assumindo um posicionamento claro e defendendo suas convicções pessoais.

45. O planejamento de comunicação é uma prática essencial para qualquer organização, envolvendo a definição clara dos públicos internos e externos, a seleção apropriada de instrumentos de comunicação e a aferição de resultados. Os públicos internos englobam colaboradores, acionistas, fornecedores e demais stakeholders que possuem algum tipo de relação com a organização. Já os públicos externos abrangem clientes, consumidores, parceiros, mídia, governo e comunidade em geral. Já a aferição de resultados é crucial para avaliar a eficácia das estratégias adotadas e realizar ajustes necessários para alcançar os objetivos de comunicação.

Considerando os aspectos do planejamento de comunicação, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) Públicos internos e externos devem ser tratados de forma homogênea nas estratégias de comunicação, uma vez que todos contribuem igualmente para a imagem da organização.
- b) O Planejamento de Comunicação é um processo rígido e inflexível, que deve ser seguido à risca, independentemente das características da organização e dos seus públicos-alvo.
- c) A seleção dos instrumentos de comunicação deve se basear exclusivamente no orçamento disponível, desconsiderando os públicos-alvo, a mensagem que se deseja transmitir e os canais de comunicação mais utilizados por cada público.
- d) O Planejamento de Comunicação é uma ferramenta estratégica que permite à organização alcançar seus objetivos de forma mais eficaz, desde a definição dos públicos-alvo até a avaliação dos resultados das ações de comunicação.
- e) A aferição dos resultados das ações de comunicação é necessária, pois o sucesso do Planejamento de Comunicação depende dos instrumentos de monitoramento, sendo algo inflexível e que deve ser medido, sempre, de forma subjetiva.

46. A comunicação interna, também conhecida como comunicação corporativa, é uma ferramenta estratégica que abrange a troca de informações entre os diferentes níveis hierárquicos e unidades de uma empresa, com o objetivo de alinhar os funcionários aos objetivos organizacionais, promover a cultura corporativa, aumentar o engajamento e a produtividade. Uma comunicação interna eficaz utiliza diversos instrumentos, como newsletters, intranets, reuniões, e eventos internos, e exige uma avaliação constante para garantir que as mensagens sejam compreendidas e que os objetivos sejam atingidos.

Considerando os aspectos da comunicação interna/corporativa, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) A comunicação interna deve ser sempre formal e vertical, evitando canais horizontais para não gerar confusão entre os funcionários.
- b) O principal objetivo da comunicação interna é informar os funcionários sobre políticas e procedimentos, sem necessidade de promover o engajamento ou a cultura corporativa.
- c) A eficácia da comunicação interna pode ser medida por meio de pesquisas de clima organizacional, feedback dos funcionários e análise de indicadores de desempenho.
- d) Ferramentas digitais, como intranets e aplicativos de comunicação, são as únicas formas eficazes de promover a comunicação interna em organizações modernas.
- e) A comunicação interna eficaz prescinde de avaliação constante, pois a simples disseminação de informações já garante o alinhamento organizacional.

47. No dia a dia da comunicação social, diversos gêneros textuais são utilizados para informar, divulgar e apresentar fatos de maneira clara, concisa e objetiva. Entre os mais comuns, podemos destacar a notícia, a nota, o informativo, o comunicado e o release. Cada um desses gêneros possui características e funções específicas, que devem ser consideradas na hora da escolha do formato mais adequado para cada situação. Com base no texto introdutório e em seus conhecimentos sobre gêneros textuais jornalísticos, assinale a única alternativa correta:

- a) A notícia e a nota são gêneros textuais equivalentes, podendo ser utilizados indistintamente para comunicar qualquer tipo de informação.
- b) O informativo é um gênero textual exclusivamente jornalístico, utilizado apenas para divulgar notícias para o público em geral, nunca para o público interno.
- c) A notícia, assim como a reportagem, deve conter opiniões pessoais do jornalista para tornar a informação mais interessante e confiável para o leitor.
- d) O release é um gênero textual jornalístico neutro, que não deve apresentar opiniões ou avaliações sobre o tema abordado.
- e) O comunicado é caracterizado por sua brevidade e é utilizado para divulgar informações oficiais de maneira direta e objetiva.

48. O glossário jornalístico contém termos e expressões que são essenciais para a prática do jornalismo. Esses termos ajudam a padronizar a comunicação e a garantir que os profissionais da área compreendam e utilizem corretamente os conceitos fundamentais do campo. Considerando os termos do glossário jornalístico, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) Lead é um termo utilizado para designar o responsável pela edição final de uma matéria jornalística.
- b) Off the record é uma expressão usada para indicar que uma informação pode ser divulgada sem citar a fonte.
- c) Deadline se refere ao momento em que uma matéria é publicada online pela primeira vez.
- d) Furo é uma notícia exclusiva que um veículo de comunicação obtém antes dos seus concorrentes.
- e) House organ é uma publicação destinada exclusivamente ao público externo, como clientes e investidores.

49. O clipping, ou monitoramento de mídia, é uma ferramenta essencial para empresas, instituições e profissionais de comunicação que desejam acompanhar o que está sendo dito sobre elas ou sobre seus temas de interesse na mídia. Através do clipping, é possível identificar menções positivas, negativas ou neutras, o que permite tomar decisões estratégicas e aprimorar a imagem da organização.

Considerando as práticas atuais de elaboração de clipping, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) A elaboração de clipping limita-se à coleta de artigos impressos, excluindo informações publicadas em meios digitais.
- b) O clipping automatizado substitui a necessidade de análise humana, garantindo precisão e relevância das informações coletadas.
- c) Ferramentas de clipping digital permitem a coleta e organização de informações de diversas fontes, incluindo mídias sociais, blogs, e websites de notícias.
- d) O clipping é utilizado para monitorar a imagem de uma empresa, não sendo aplicável a análises de mercado ou tendências setoriais.
- e) O clipping moderno deve monitorar diversas fontes de informação, incluindo a mídia online, apesar de ser cada vez menos relevante na formação da opinião pública.

50. A criação gráfica é um elemento importante no jornalismo, especialmente em mídias digitais e impressas. Envolve o uso de princípios de design, como composição, tipografia, cores, e imagens para comunicar mensagens de maneira eficaz e visualmente atraente. O domínio de ferramentas de design gráfico, bem como a compreensão das teorias, são essenciais para a produção de conteúdo gráfico de alta qualidade.

Considerando as noções básicas de criação gráfica, analise as afirmativas abaixo e assinale a única verdadeira:

- a) A escolha das cores em um design gráfico é irrelevante, pois as cores não têm a intenção de influenciar a percepção do público.
- b) A criação gráfica no jornalismo se limita à utilização de imagens ilustrativas, não sendo necessário investir em infográficos, layouts ou edição de fotos.
- c) O ideal é que todo jornalista seja um designer gráfico profissional, com domínio de softwares e técnicas avançadas de criação gráfica.
- d) O conhecimento básico em criação gráfica permite ao jornalista aprimorar a comunicação visual de seus trabalhos, tornando-o um profissional mais completo e versátil.
- e) A composição gráfica é um detalhe estético que não afeta a clareza ou a eficácia da comunicação visual.

REDAÇÃO DISSERTATIVA

Durante os meses de julho a agosto, o mundo estará ligado aos Jogos Olímpicos de Paris 2024. Disserte sobre qual a importância desse evento.

