

CONCURSO PÚBLICO



PREVIDÊNCIA SOCIAL

DATAPREV



DATA: 11/01/2009 - DOMINGO - MANHÃ

CARGO: Analista de Tecnologia da Informação

PERFIL: S28 - Comunicação I - Jornalismo

A T E N Ç Ã O

O **Caderno de Questões** contém 60 questões de múltipla-escolha, cada uma com 5 opções (A, B, C, D e E) e 01 questão discursiva.

1. Ao receber o material, verifique no **Cartão de Respostas** e na **Folha de Resposta da Prova Discursiva** seu nome, número de inscrição, data de nascimento e cargo. Qualquer irregularidade comunique imediatamente ao fiscal de sala. Não serão aceitas reclamações posteriores.
2. As provas objetiva e discursiva terão juntas duração de 4 horas e 30 minutos, incluídos neste tempo o preenchimento do **Cartão de Respostas** e da **Folha de Resposta da Prova Discursiva**.
3. Leia atentamente cada questão e assinale no **Cartão de Respostas** a opção que responde corretamente a cada uma delas. O **Cartão de Respostas** será o único documento válido para a correção eletrônica. O preenchimento do **Cartão de Respostas** e a respectiva assinatura serão de inteira responsabilidade do candidato. Não haverá substituição do **Cartão de Respostas** e da **Folha de Resposta da Prova Discursiva**, por erro do candidato.
4. Observe as seguintes recomendações relativas ao **Cartão de Respostas**:
 - A maneira correta de marcação das respostas é cobrir, fortemente, com esferográfica de tinta azul ou preta, o espaço correspondente à letra a ser assinalada.
 - Outras formas de marcação diferentes implicarão a rejeição do **Cartão de Respostas**.
 - Será atribuída nota zero às questões não assinaladas ou com falta de nitidez, ou com marcação de mais de uma opção, e as emendadas ou rasuradas.
5. O fiscal de sala não está autorizado a alterar qualquer destas instruções. Em caso de dúvida, solicite a presença do coordenador local.
6. Você só poderá retirar-se definitivamente do recinto de realização da prova após 60 minutos contados do seu efetivo início, **sem levar o Caderno de Questões**.
7. Você só poderá levar o próprio **Caderno de Questões** faltando uma hora para o término do horário da prova, conforme Edital do Concurso.
8. Por motivo de segurança, só é permitido fazer anotação durante a prova no **Caderno de Questões**.
9. Após identificado e instalado na sala, você não poderá consultar qualquer material, enquanto aguarda o horário de início da prova.
10. Os três últimos candidatos deverão permanecer na sala até que o último candidato entregue o **Cartão de Respostas** e a **Folha de Resposta da Prova Discursiva**.
11. Ao terminar a prova, é de sua responsabilidade entregar ao fiscal o **Cartão de Respostas** e a **Folha de Resposta da Prova Discursiva**. Não esqueça seus pertences.
12. O **Gabarito Oficial da Prova Objetiva** será disponibilizado no site www.concursos.uff.br, no dia 13/01/2009, conforme estabelecido no Cronograma Previsto.

Realização:



BOA PROVA

CONHECIMENTO GERAL

1. "O assunto mais comentado da conferência do clima em Poznan atende pela sigla REDD. A Redução de Emissões por Desmatamento e Degradação é tema constante tanto nas negociações oficiais como nos eventos paralelos. Como proteger as florestas é a vertente que mais avançou nos últimos meses no debate internacional sobre mudanças climáticas.

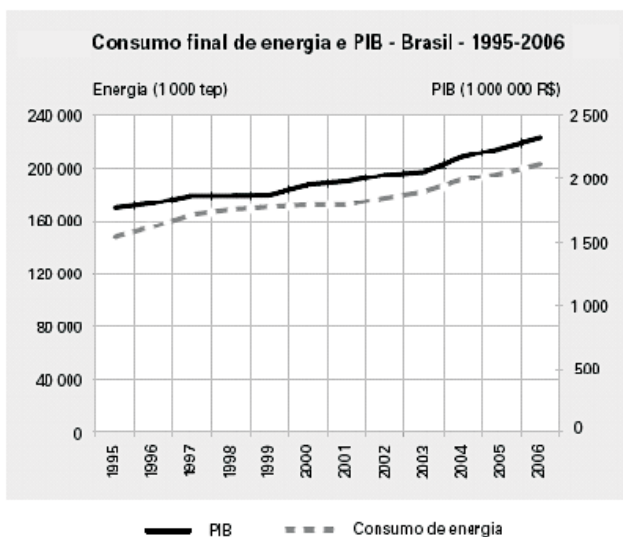
A idéia dos países ricos e mais emissores é que é mais fácil e mais barato evitar o desmatamento nas nações com florestas do que mudar o padrão energético, de transporte e consumo em seu próprio território. O desmatamento responde por 15% a 20% das emissões globais de gases-estufa."

(Disponível em <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detailhe.jsp?id=60397>)

Um gás que contribui para o aquecimento global, já que desempenha importante papel no efeito estufa, é o:

- A) gás carbônico;
- B) peróxido de carbono;
- C) gás oxigênio;
- D) néon;
- E) nitrogênio.

2. Observando o gráfico do IBGE sobre o consumo final de energia e o PIB (Produto Interno Bruto) percebe-se que:



Fontes: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais; Balanço energético nacional 2007. Brasília, DF: Ministério de Minas e Energia, 2007. Ano-base 2006. Disponível em: <http://www.mme.gov.br/site/menu/select_main_menu_item.do?channelId=1432&pageId=14131>. Acesso em: out.2007.
Notas: 1. Conversão de energia elétrica segundo o equivalente térmico teórico - primeiro princípio da termodinâmica (1kWh = 860kcal).
2. Valores a preços de 2006 calculados com base no deflator implícito do PIB.

- A) o crescimento do consumo de energia é inversamente proporcional ao do PIB;
- B) o crescimento do PIB não está relacionado ao crescimento do consumo de energia;
- C) o crescimento do consumo de energia é diretamente proporcional ao do PIB;
- D) o crescimento do PIB está relacionado ao decréscimo no consumo de energia;
- E) não há relação possível entre PIB e consumo final de energia.

3. "A Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) anunciou ontem a conclusão do processo de nacionalização de um teste que permite detectar a presença do HIV em apenas 15 minutos.(...)

Com o teste agora nacionalizado, uma gota de sangue é suficiente para um diagnóstico 99% eficaz, revelado no local da coleta em um período de 10 a 15 minutos. No Brasil, o método já é difundido em maternidades, para evitar a transmissão de mãe para filho nos partos em que a gestante não foi submetida ao teste de HIV no pré-natal."

(Jornal da Ciência, 02 de dezembro de 2008. Disponível em <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detailhe.jsp?id=60287>)

A Aids é:

- A) uma abreviatura usada no meio médico e científico para se referir ao vírus HIV;
- B) a síndrome decorrente da infecção produzida pelo conhecido vírus HIV;
- C) uma doença respiratória oportunista que atinge pessoas soro-negativas;
- D) a sigla para o vírus que causa uma síndrome conhecida como HIV;
- E) sinônimo de HIV, vírus que causa imunodeficiência em pessoas contaminadas.

4. Em uma planilha no aplicativo MS Excel, na célula A1 foi digitado o número 20. Se esta célula for selecionada e o botão % da Barra de Ferramentas for pressionado, a célula A1 apresentará o seguinte valor:

- A) 20
- B) 20%
- C) 20,00
- D) 2000%
- E) 0,2

5. Um usuário em um microcomputador com o sistema operacional Windows XP em português, digita um texto no aplicativo Word e monta uma Planilha no MS Excel. Para passar de uma aplicação a outra rapidamente, o Windows oferece a opção de acesso por meio da Barra de Tarefas ou, de forma alternativa, o seguinte atalho de teclado:

- A) ALT + TAB;
- B) SHIFT + ESC;
- C) SHIFT + TAB;
- D) CTRL + TAB;
- E) CTRL + ESC.

6. No MS Word, a opção de Menu "Arquivo" que possibilita salvar um documento do tipo ".doc" como um arquivo HTML (Página da Web) é:

- A) exportar HTML;
- B) transferir arquivo para;
- C) salvar;
- D) salvar como;
- E) o MS Word não cria arquivos HTML.

7. Em relação ao MS Word, analise:

- I. A combinação das teclas CTRL + SETA para a direita permite ir para o fim da linha atual do texto.
- II. Através do Menu "Inserir" coloca-se o cabeçalho no texto.
- III. A combinação CTRL + F tem a finalidade de fechar o documento atual.

Dos itens acima mencionados:

- A) I está correto, apenas;
- B) II está correto, apenas;
- C) III está correto, apenas;
- D) I e II estão corretos, apenas;
- E) I, II e III estão corretos.

8. Sejam V (verdadeiro) e F (falso) os valores lógicos associados às proposições compostas a seguir:

- I. $3 \leq 3$ e $-3 > -2$. ()
- II. Se 2 é primo, então 3 é par. ()
- III. Se 4 é primo, então 5 é par. ()
- IV. 5 é ímpar ou 7 é par. ()

A seqüência ordenada dos valores lógicos obtidos, de cima para baixo, é:

- A) V V F F;
- B) F F V V;
- C) F V F V;
- D) V F V F;
- E) F F F F.

9. A única das proposições abaixo que pode ser considerada uma negação lógica da proposição: "**Se é carnaval, então uso uma fantasia**", é:

- A) é carnaval e não uso uma fantasia;
- B) não é carnaval e não uso uma fantasia;
- C) se não uso uma fantasia, é carnaval;
- D) não é carnaval ou uso uma fantasia;
- E) não é carnaval e uso uma fantasia.

10. Dentre os argumentos lógicos apresentados abaixo, o único que é um silogismo é:

- A) se chove, não vou ao trabalho. Se vou ao trabalho fico cansado. Se fico cansado não vou ao cinema. Ocorre que não estou cansado, logo não fui ao trabalho;
- B) o menino é levado ou quieto. Se é quieto não dá trabalho. Se dá trabalho é levado. O menino dá trabalho, logo é quieto;
- C) o carro é verde ou azul. O carro não é verde, logo, é azul;
- D) o Botafogo é campeão ou o Flamengo é campeão. O Flamengo é campeão se o Vasco não é campeão. Ocorre que o Botafogo é o campeão, logo o Vasco venceu o Flamengo;
- E) se o trabalhador é bom profissional, então ele é eficiente.

Microsoft to Offer Free Virus Protection Software for Windows

By Scott Gilbertson November 19, 2008

Microsoft plans to offer Windows users a new antivirus package designed to protect the OS from viruses, spyware, rootkits and trojans. The new software is tentatively code-named Morro, and will be available for free to Windows XP, Vista and 7 users sometime in the second half of 2009.

The new software will reportedly use very minimal resources, which means it should work well with older PCs. In fact, Microsoft says Morro has been specially designed for older PCs and low-spec machines popular in developing nations. In addition to its minimal processor demands, Morro has been developed to use very little bandwidth, making it ideal for those without broadband connections.

Morro will replace Microsoft's current, paid service, Windows Live OneCare, which has been available on a subscription basis for \$50 per year.

While a free, antivirus solution that ships with Windows would be a boon for the average user, it could also mean trouble for third-party software solutions. Given that a bundled solution could raise antitrust concerns – and would no doubt see competitors like McAfee and Grisoft reaching for the lawyers – Microsoft will be offering Morro as a separate download.

Assuming Morro can deliver decent security it should be a welcome free addition to Windows, but we don't suggest throwing away your third-party software just yet. Antivirus software suites will likely continue to hold an edge over Morro by offering additional handy tools – like password managers, identity theft protection and browser-based phishing protection.

Still, if you've been running Windows with no antivirus software at all, Morro will no doubt be better than nothing, and it's hard to argue with free.

11. According to the text, Microsoft is planning to offer a new antivirus package for ...

- A) XP, Vista and 7 users only;
- B) users who have all kinds of machines;
- C) Windows in general including older PCs;
- D) XP, Vista, and 7 and it perhaps works with older machines;
- E) all kinds of machines including Macs.

12. By being a free product, the new antivirus will certainly bring some trouble such as ...

- A) other company's rage;
- B) Lawful antivirus actions;
- C) competitors applying for antitrust law;
- D) damages for other softwares;
- E) Problems with HDs.

13. In the third paragraph, second line, the author says: "Given that a bundle solution..." the word *bundle* means...

- A) a package unlikely to cause problems;
- B) a package that contains some products;
- C) a package that contains only one product;
- D) a package with a lot of money;
- E) a package with a poor software.

CONHECIMENTO ESPECÍFICO

14. By saying “ we don't suggest throwing away your third-party software just yet, the author means that...

- A) other tools will still be necessary, even using Morro;
- B) user should not wait for Morro to come out;
- C) Morro will probably have too many errors;
- D) Morro won't overcome its defects;
- E) Morro will be able to provide handy tools which will be as good as its competitors.

15. The new antivirus package will...

- A) bring a good solution for protecting Windows user in general way;
- B) make competitors provide users with free antivirus packages;
- C) change the way we deal with all computer protection;
- D) Serve Pcs users in the developing countries only;
- E) make other softwares entirely obsolete.

16. The last sentence of the text “still, if you been running Windows without ...” the word *still* could be replaced by ... without altering its meaning.

- A) even;
- B) in addition to;
- C) therefore;
- D) yet;
- E) unless.

Choose the best option.

17. The lights went _____ twice when I was _____ the computer this morning, so I had to stop working _____ the project. Well, that's why I'm late.

- A) on / at / on;
- B) off / at / in;
- C) on / in / on;
- D) out / in / on;
- E) out / at / on.

18. You _____ not believe that these possibilities are real, they're based _____ experiments that _____ proved until now.

- A) should / in / haven't been;
- B) must / on / won't be;
- C) should / on / haven't been;
- D) may / in / wouldn't be;
- E) Should / on / were not.

19. If you don't read carefully this manual you _____ be able to learn how this gizmo works.

- A) wouldn't;
- B) won't;
- C) aren't;
- D) can't;
- E) couldn't.

20. This machine runs on a _____. That will make any other seem old.

- A) secondary new power-generating system;
- B) new secondary power-generating system;
- C) power-generating secondary new system;
- D) new power-generating secondary system;
- E) secondary power-generating new system.

21. Alfonso Sánchez-Taberner, segundo nos diz Pereira Júnior, afirma que a perda de motivação dos repórteres tende a ser decorrente de:

- A) baixos salários, falta de estímulo intelectual e perda de confiança no veículo;
- B) erros éticos dos gerentes da informação, existência de discriminações injustificáveis e direção mais interessada em balanços financeiros que informativos;
- C) ausência de reconhecimento, indefinição da linha editorial e falta de estímulo intelectual;
- D) existência de discriminações injustificáveis, perda de confiança no veículo e baixos salários;
- E) maior valorização do lucro do que do serviço prestado à sociedade, excesso de competitividade e erros éticos dos gerentes da informação.

22. É importante que, ao se redigir um texto, as normas gramaticais seja seguidas. Indique, nos exemplos abaixo, a única frase em que NÃO se verifica algum erro desse tipo:

- A) Mesmo que naquela floresta ainda exista animais não temos medo, porque daqui até lá é trinta km de distância.
- B) Acho que Maria vai se casar logo, pois chove pretendentes para ela.
- C) Pedro não se saiu bem no emprego, porque uma coisa são encargos profissionais, outra são trabalhos voluntários.
- D) O projetor enguiçou mas dois terços das pessoas se recusou a sair do cinema.
- E) Os alunos ficaram quietos e obedeceram o professor.

23. Como ensinam Kovach e Rosenstiel, para aprimorar a qualidade da informação e da discussão pública, evitando o jornalismo de afirmação, o profissional deve seguir os princípios intelectuais da ciência da reportagem, a saber: nunca engane o público; seja o mais transparente possível sobre seus métodos e motivos; seja humilde; confie só no seu próprio trabalho de reportagem e:

- A) acredite piamente em suas fontes;
- B) nunca acrescente nada que não exista;
- C) aprofunde os assuntos de interesse público;
- D) tome posição nas questões éticas;
- E) procure trabalhar em equipe.

24. O termo *redondo* designa:

- A) um artigo que aborde todos os aspectos essenciais de um tema;
- B) um texto com começo, meio e fim;
- C) um estilo direto, objetivo e simples;
- D) um tipo comum de letra, por oposição ao negrito, e ao grifo ou itálico;
- E) uma notícia redigida no tamanho certo, nem mais, nem menos.

25. Segundo informado na obra *Teorias da comunicação*, existe uma diferença entre os termos “mediação” e “mediatização”, que significam, respectivamente:

- A) acesso a uma realidade simbólica e operada por modelos digitais;
- B) acesso à realidade virtual e operada analogicamente;
- C) acesso tecnológico e operada por próteses eletrônicas;
- D) acesso ao real analógico e operada por meio de símbolos;
- E) acesso ao mundo dos sinais e operada por figurações abstratas.

26. No livro de Lage, vemos que notações articuladas no lead do *fait-divers* ou no tópico frasal antitético guardam entre si relação de improbabilidade capaz de elevar aquilo que em matemática se chama de “taxa de informação”, ou seja:

- A) análise de variações entre o possível e o provável;
- B) mensuração da ambigüidade da mensagem;
- C) medida de verossimilhança;
- D) unidade inversamente proporcional à probabilidade de um evento;
- E) resultado do jogo de variáveis envolvidas nas especulações.

27. Na obra *Mídia training* é dito que o jornalista tem uma lista das piores qualidades de um entrevistado, como por exemplo, hostil, prolixo, evasivo, disperso, arroz-de-festa, maior sumidade no assunto, oráculo de Delfos, mago, soberbo, a última Coca-Cola do deserto, frase-pronta, chorão, etc. Se o entrevistado se encontra em uma dessas categorias, o melhor que tem a fazer é:

- A) desistir da entrevista;
- B) contratar um assessor de imprensa;
- C) pedir ajuda a um amigo;
- D) falar com o editor do veículo em questão;
- E) recorrer ao estilo “eu falo e você me escuta”.

28. O autor nos apresenta, ao final do livro *Linguagem jornalística*, um vocabulário crítico. Segundo ele, a inserção de imagem nas áreas azuis da imagem em TV, permitindo *janelas e fundos* panorâmicos, com efeito similar à retroprojeção é chamado de:

- A) *chroma-key*;
- B) efeito especial;
- C) retoque;
- D) correção fotográfica;
- E) *paste-up*.

29. Ao comentar as vantagens da HDTV – *High Definition Television*, a autora nos informa que a resolução da imagem dos primeiros aparelhos de TV apresentavam 240 linhas de vídeo; que o aparelho analógico tem entre 525 e 625 linhas; já os de alta definição chegam a:

- A) 930 linhas;
- B) 720 linhas;
- C) 1390 linhas;
- D) 1080 linhas;
- E) 2700 linhas.

30. Lage nos ensina que definir é restringir um conceito. No caso da linguagem jornalística, as restrições estão relacionadas aos seguintes fatores:

- A) o processo de comunicação, o tipo de informação e a modalidade da fala;
- B) o vocabulário literário, os empregos de gíria e os modismos;
- C) os registros de linguagem, o processo de comunicação e os compromissos ideológicos;
- D) o vocabulário técnico; os neologismos e as figuras de linguagem;
- E) os compromissos ideológicos, o tipo de notícia e a realidade comunitária.

31. Pereira Júnior ao abordar a questão dos títulos, nos diz que eles processam uma interpretação do texto que dirige o entendimento do público sobre a notícia, denunciando, na prática, como o veículo pensa o assunto retratado. É, portanto, compreensível que sejam objeto de cuidados especiais durante o fechamento da edição. Por exemplo, as locuções de até três palavras no interior das matérias, com intervalo médio de três parágrafos que funcionam como títulos internos, criando áreas de respiro na peça jornalística são:

- A) intertítulos;
- B) olho;
- C) título quebrado;
- D) título-legenda;
- E) antetítulo.

32. De acordo com Pereira Júnior, o moderno planejamento visual consolidou a idéia de que a página do jornal não é só roupagem, mas uma parte da informação veiculada. As novas possibilidades de editoração oferecem um número maior de recursos que potencializam a carga informativa e, em tese, liberam o redator para uma narrativa mais livre. Dentre esses recursos, cita os sumários ilustrados, as microinformações complementares, a intervenção estética nas fotos, sem prejuízo ético, o uso de diagramação funcional, com textos aplicados diretamente na página informatizada, com arquivos de texto e imagem acessados em tempo real e:

- A) a introdução das legendas;
- B) os infográficos;
- C) a diversificação dos títulos;
- D) a sofisticação das vinhetas;
- E) o uso adequado de diferentes fios.

33. A autora de *O texto na TV* mostra algumas diferenças entre o formato analógico e o digital para que se possa compreender melhor essa revolução tecnológica. Resumindo, ficamos sabendo que houve grandes melhorias nos aspectos de resolução e formato da imagem, na qualidade do som, na interatividade e:

- A) na programação;
- B) na manutenção;
- C) no preço;
- D) na recepção;
- E) na oferta.

34. No livro *Mídia training*, vê-se que as características do capitalismo contemporâneo impõem aos donos de negócios e a seus gestores a melhor utilização possível da mídia, seja para fortalecer a marca ou difundir a visão da empresa. Nesses dias de competição global, a comunicação é tão importante como a estrutura financeira, de *marketing* ou de pessoal da empresa. Um dos importantes elementos que dependem da imagem da empresa divulgada pela mídia local ou globalmente é:

- A) sua política de contratação;
- B) seu faturamento mensal;
- C) sua credibilidade;
- D) a ideologia de seus gestores;
- E) seu sistema de contabilidade.

35. Na obra de Pereira Júnior vemos que, dentre os vários modos pelos quais um gerente (diretor, *publisher*, editor, chefe de setor) pode dificultar a “respiração interna” de um veículo, editoria ou equipe estão a pouca abertura para ouvir e adotar sugestões; a colocação de mais ênfase na investigação do passado que nas decisões sobre o futuro; o fato de manter segredo sobre mudanças, redefinições internas e cortes orçamentários e:

- A) a suposição de que só o alto escalão detém conhecimento relevante sobre o negócio;
- B) o estímulo à rivalidade;
- C) o estabelecimento da cizânia entre os subordinados;
- D) a outorga de privilégios;
- E) a atitude subserviente para com o dono da empresa.

36. Analise o período “É rigorosamente imperioso salientar, devido à natureza importante e urgente do assunto em questão, que a ata com os procedimentos deliberativos referentes à última reunião segue em anexo a este memorando que ora lhe envio.” Indique o tipo de ERRO encontrado:

- A) regência;
- B) concordância;
- C) cacófato;
- D) uso da vírgula;
- E) prolixidade.

37. No vocabulário crítico do livro *Linguagem jornalística*, vemos que “serifa” significa:

- A) o emprego da caixa-alta;
- B) o percurso do feixe eletrônico na tela do cinescópio;
- C) o acabamento nas extremidades das hastes das letras;
- D) tipo de letra que se inclina para a esquerda;
- E) unidade do sistema gráfico anglo-americano.

38. Segundo Paternostro, a televisão tem ligações profundas com as pesquisas e as descobertas dos cientistas no século XIX, mas sua evolução e consolidação se dão ao longo do século XX. Muito popular, é um meio de comunicação que transforma a vida das pessoas: muda conceitos, forma opiniões, cria hábitos, inspira comportamentos, reduz distâncias, aproxima. É veículo de informação e entretenimento. Sintetizando o que acontecia a seu redor, referindo-se ao processo de integração da TV via satélite, com o mundo se reduzindo de tal forma que todos teriam conhecimento de tudo que nele acontecesse, o canadense Marshall McLuhan cunhou a expressão:

- A) planeta global;
- B) globalização planetária;
- C) tribalismo global;
- D) planetarização;
- E) aldeia global.

39. Na obra de Paul Singer intitulada *Aprender economia*, lemos o seguinte: “A Grã-Bretanha desenvolveu plantações de seringueira em suas colônias do Extremo Oriente e assim dominou o mercado entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial”. Por que escreveu as palavras “Primeira” e “Segunda” por extenso? Poderia ter escrito “I” e “II”, em algarismos romanos?

- A) não, porque manda a regra que, sempre que possível, se opte pela forma mais simples, no caso, 1ª e 2ª;
- B) sim, e seria o correto;
- C) não, a bem da clareza;
- D) sim, embora seja pouco usual;
- E) não, porque os acontecimentos em questão não se repetem periodicamente.

40. Assim como todos nós, cidadãos, que confiamos em outras fontes de informações para sabermos das coisas, também os jornalistas dependem de terceiros para obter detalhes de suas matérias. Por que será que Joe Lelyveld, ex-editor executivo do New York Times, exigia que repórteres e editores do jornal se perguntassem duas coisas antes de usar uma fonte anônima: quanta informação direta a fonte anônima tem dos fatos? Qual o motivo, se existe algum, que levaria a fonte a nos enganar, dourando a pílula ou escondendo aspectos importantes que podem alterar nossa melhor percepção da informação? Indique a opção correta:

- A) para analisar se a fonte não é uma dessas partidárias das muitas teorias de conspiração;
- B) para manter ou trocar a fonte no futuro;
- C) para verificar se o que a fonte está ocultando não poderia gerar uma matéria ainda mais interessante do que a que está sendo escrita;
- D) para não correr risco de errar, ser processado ou prejudicar o editor-chefe;
- E) para obter maior transparência, credibilidade e indicar os padrões da organização.

41. Ao comentar o *off-the-record*, Pereira Júnior nos diz que, em determinados casos, seria impossível contar com a cooperação de um entrevistado, não fosse a garantia do sigilo; por exemplo, em situações delicadas em que a identificação da fonte a coloca em risco. O autor, citando Restrepo, resume os cuidados prévios à garantia de *off*, a saber, quando possível, revele a identidade de suas fontes; confidencialidade só nos casos de proteção a alguém indefeso, cuja vida ou trabalho pode ser ameaçado, ou pode deixar de ser fonte; não abusar de fontes ingênuas e não se deixar abusar por fontes sofisticadas; não admitir confidencialidade posterior, não combinada previamente; não deixar fonte anônima se prevalecer da confidencialidade para atacar alguém; lembrar-se do poder da imprensa, que pode causar dano ou benefício e:

- A) negar que tenha prometido confidencialidade;
- B) suprimir da matéria o que pode comprometer a confidencialidade;
- C) decidir em que circunstâncias a confidencialidade poderia ser quebrada;
- D) delegar ao chefe a decisão de revelar ou não a fonte;
- E) uma vez prometida a confidencialidade, manter a palavra.

42. Como nos informa Pereira Júnior, mitos visuais da mundanidade formalista desmoronaram com a evolução da pesquisa empírica no campo do jornalismo. A tecnologia *eyetrack*, equipamento capaz de acompanhar o olhar sobre páginas impressas e *on-line*, captando por laser e processando em tempo real a trajetória da leitura – e, conseqüentemente, a ordem de prioridade de quem lê jornal ou *homepage*, contribuiu para desmistificar algumas certezas do *design* das páginas, a saber, que o título e a foto maior devem vir no alto da página; que a direção do olhar na página é espiral, de cima para baixo; e que:

- A) são visualmente indistinguíveis as diferenças entre páginas publicitárias e editoriais;
- B) a página ímpar é mais lida que a página par;
- C) o tamanho do corpo não influi na leitura;
- D) a tipologia deve ser mesclada, evitando a padronização;
- E) a página par é mais perceptível do que a página ímpar.

43. Castells, o autor de *O ser em rede*, citado por Barbeiro, diz que o capitalismo está passando por uma nova fase, a da economia apoiada na comunicação e no desenvolvimento tecnológico, a que deu o nome de:

- A) capitalismo informacional;
- B) rede tecno-financeira;
- C) capitalismo globalizado;
- D) rede de próteses virtuais;
- E) enredamento comunicacional.

44. No livro *Os elementos do jornalismo*, aprendemos que existe uma pesquisa qualitativa que obtém a opinião de um grupo de pessoas, escolhidas por profissionais de *marketing* por representarem o público-alvo de um determinado segmento do mercado, sobre um assunto, produto ou serviço. Dá-se a esse tipo de pesquisa o nome de:

- A) *chosen sample*;
- B) *oriented groups*;
- C) *focus groups*;
- D) *chosen groups*;
- E) *selected sample*.

45. Um texto bem escrito e interessante, muitas vezes recorre a figuras de linguagem para enriquecê-lo. Identifique a figura de linguagem presente na frase "Alice anda lendo Hemingway":

- A) catacrese;
- B) metáfora;
- C) pleonasma;
- D) metonímia;
- E) hibérbato.

46. Indique, dentre os exemplos abaixo, o que está escrito de forma gramaticalmente correta:

- A) Os Estados Unidos é um grande exportador de armas.
- B) As autoridades favoreceram os infratores, mas o advogado de Regina vai apelar da sentença.
- C) Fizeram uma barbeiragem e, ao serem apanhados, tentaram agradecer ao guarda para escapar da multa.
- D) A rua, a casa e os jardins, foram destruídos pela enchente pois a ajuda não chegou a tempo.
- E) Ventaram quatro dias seguidos e a cerca foi parcialmente derrubada, mas acho que dez metros de arame são demais para o conserto.

47. Na obra *O texto na TV*, Paternostro nos dá um pequeno histórico da evolução da televisão e de como as novas tecnologias estão revolucionando o trabalho dos profissionais da área jornalística. Ao longo do século XX, acompanhamos como o desenvolvimento da tecnologia de comunicação modificou a sociedade, nos proporcionando tantos meios de informação, cada qual com uma função diferente. Agora, essa autora nos diz que vemos acontecer o que um dia já foi conceito teórico, chamado *any time, any where*, referindo-se:

- A) ao computador portátil;
- B) ao celular;
- C) à anulação de tempo e espaço;
- D) à convergência das mídias;
- E) ao intercâmbio de meios.

48. As empresas já entenderam que a comunicação é uma ação estratégica e que toda oportunidade de aparecer na mídia deve ser eficazmente aproveitada, uma vez que isso pode contribuir para divulgar uma idéia, marca ou produto. Segundo Barbeiro, grande parte de todo o noticiário jornalístico é constituída de relatos e comentários de fatos programados por instituições interessadas, ou revelações e falas controladas por fontes organizadas. Estima-se que esse percentual seja da ordem de:

- A) 25%;
- B) 95%;
- C) 38%;
- D) 70%;
- E) 46%.

49. A obra *Guia para a edição jornalística* tem um capítulo dedicado aos dilemas editoriais. Nesta parte, o autor menciona que a interlocução do jornalista com a fonte de informação, em particular o entrevistado, é fruto de negociações nem sempre transparentes, muitas vezes com desdobramentos insatisfatórios para ambos os lados. O desafio de uma entrevista é preservar a comunicação, portanto, o jornalista deve adequar a fala do entrevistado à escrita ou ao tempo da TV e do rádio e, após a entrevista, e antes que ela vá a público, a cultura do jogo limpo exige cuidados desse profissional, como, por exemplo:

- A) contextualizar declarações; distinguir o que é dito em resposta e o que é dito espontaneamente; a pedido da fonte, mudar as declarações antes da veiculação;
- B) atenuar o que foi dito, manter os cacoes de linguagem, sugerir que a informação dada pelo entrevistado não proveio de uma pergunta feita pelo repórter;
- C) descontextualizar as declarações para evitar ferir suscetibilidades; sobrepor um estilo próprio à fala do entrevistado; se a fonte assim solicitar, mudar suas declarações antes da veiculação;
- D) nunca alterar o que foi dito, nem mesmo a pedido de alguém; contextualizar declarações; sobrepor um estilo próprio à fala do entrevistado;
- E) transcrever literalmente as afirmações, mesmo comprometendo a intenção original; sugerir que a informação dada pelo entrevistado foi espontânea, e não uma resposta a uma pergunta feita pelo repórter; jamais mudar o que foi efetivamente dito.

50. A expressão *fade (in ou out)* significa:

- A) manutenção ou decréscimo de tiragem de um periódico;
- B) ganho ou perda de interesse de um determinado assunto;
- C) aumento ou diminuição da taxa de informação;
- D) aparecimento ou desaparecimento gradual de imagem e/ou som;
- E) incorporação ou afastamento de anunciantes de um jornal.

51. Segundo Pereira Júnior, a concentração e o monopólio dos *outlets* de mídia das comunidades na mão de grandes corporações promovem uma diminuição gradativa das escolhas possíveis e perda de espaço de empresas menores, representando o risco de restringir a capacidade crítica a empresas do mesmo grupo, aumentar a rede de dependência política e publicitária e levar:

- A) à criação de oligopólios;
- B) ao aumento da escala de inadimplência;
- C) à perda da diversidade cultural;
- D) ao ganho excessivo;
- E) à informação equivocada.

52. Lucien Sfez defende a tese de que a comunicação se tornou um “discurso autônomo”, uma espécie de “nova religião” adotada pelas sociedades fragmentadas da pós-Modernidade. De acordo com Polistchuc e Trinta, Sfez localiza a origem desse discurso em três concepções distintas das relações entre a técnica e o social, a cada uma delas correspondendo uma metáfora. A primeira é “instrumental”; a segunda é “organicista”; por fim, a terceira, do nosso tempo, é a que conduz a uma:

- A) figuração – o sujeito imagina o mundo;
- B) visão cartesiana – o sujeito se submete à dúvida metódica;
- C) confusão – o sujeito existe “pelo” objeto técnico;
- D) prótese estendida – o sujeito é híbrido;
- E) logicidade mórbida – o sujeito não consegue raciocinar logicamente.

53. Barbeiro afirma que, no Brasil, há exemplos notáveis de dirigentes de empresa que sabem usar a comunicação e, com isso, contribuem decisivamente para melhorar o resultado de suas firmas. No entanto, há aqueles que também evitam “pôr a cara na mídia”, por motivos diversos, como medo do ridículo, timidez, excesso de perfeccionismo e autocrítica, baixa auto-estima ou mágoas de experiências anteriores. O exercício mais eficaz para romper essa barreira é, segundo o autor citado, não se esquecer de que:

- A) o melhor improviso é aquele que foi bem planejado;
- B) é aconselhável evitar o coloquialismo;
- C) trejeitos fisionômicos ajudam a dar credibilidade;
- D) a explicação longa e detalhada costuma ser a preferida;
- E) os dados negativos devem ser escamoteados.

54. Ao discorrer sobre o projeto editorial, Pereira Júnior lembra que, ainda que premido pelo tempo e pelo espaço, o veículo de informação procura impor sua identidade. O primeiro dos critérios nesse sentido é a definição de sua linha editorial, o que significa, no dizer de Sidnei Basile, citado por Pereira, “comunicar o ponto de vista” do produto na emissão da informação. No entanto, a integração ao projeto do veículo impõe uma consciência profissional para defender a notícia, independentemente da linha editorial e do próprio emprego. Portanto, um projeto editorial deve levar em consideração formato, periodicidade, cobertura geográfica, distribuição ou circulação; pesquisas de mercado sobre índice de leitura/audiência; faixa etária, poder aquisitivo, sexo, grau de instrução e pesquisas com amostra por filtro de interesses; pontos fortes e pontos fracos de outros veículos e disponibilidade financeira, ou seja:

- A) a abrangência do produto; sua universalidade ou singularidade; o grau de satisfação dos patrões; a possibilidade de atrair anunciantes de outros veículos; maneiras de diminuir a tiragem;
- B) perfil do público e instrumentos de mensuração; o sumário do produto, a previsão de orçamento para dois números consecutivos; a segmentação das notícias; o nível de satisfação dos anunciantes;
- C) a diagramação do aspecto logístico; a importância estratégica; as armas contra a concorrência; a abrangência do veículo; a demanda aos patrões do investimento necessário;
- D) a pretensão do produto à universalidade ou a nichos específicos; as pesquisas sobre hábitos de consumo; o grau de satisfação dos patrões; o perfil do público; a redefinição das cotas publicitárias;
- E) o sumário do produto; a importância estratégica; o público perfil e instrumentos de aferição; as armas contra a concorrência; o orçamento mensal e anual.

55. Paternostro nos fala da necessidade de, em texto para um telejornal, evitar o excesso de palavras terminadas em ão, as rimas, os cacófatos, a redundância, a ambigüidade. Ressalta ainda a importância da sonoridade e o ritmo do texto, que não deve ser contundente ou agressivo, mas que tampouco pode ser monótono ou lento. Duas sugestões para se obter um bom ritmo no texto, segundo essa autora, são:

- A) períodos curtos e palavras sonoras;
- B) sonoridade e modulação;
- C) frases longas e bem torneadas;
- D) pontuação subjetiva e modulação;
- E) frases curtas e pontuação.

56. De acordo com o livro *Guia para a edição jornalística*, o ambiente interno da redação influi muito no rendimento da equipe. Segundo o autor, estudos revelam que o clima organizacional tem um impacto de até 30% no resultado das empresas de mídia; a adequação situacional dos estilos de liderança afeta em até 70% o resultado do clima, e as competências emocionais contribuem para o sucesso dos líderes em até:

- A) 50%;
- B) 80%;
- C) 40%;
- D) 90%;
- E) 65%.

57. Em *Guia para a edição jornalística*, lemos que o desenvolvimento tecnológico e os interesses transnacionais provocaram um crescimento sem precedentes na oferta de meios audiovisuais, iniciado em 1980, mas com imenso crescimento já na virada para a década de 1990. Os custos e as escalas de produção veiculação e comercialização alcançam dimensões planetárias, e a monopolização da mídia vira um fenômeno mundial. Segundo o Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação, seis redes privadas nacionais respondiam, em 2002, por um número considerável de veículos no Brasil, isto é:

- A) 82;
- B) 667;
- C) 49;
- D) 973;
- E) 228;

58. Há palavras em nossa língua que geram dificuldades em relação à pronúncia, à grafia e ao significado porque apresentam coincidências incríveis. No estudo da língua, elas têm uma classificação própria. As palavras parecidas na grafia e na pronúncia, mas diferentes no significado são chamadas de:

- A) parônimas;
- B) homófonas;
- C) antônimas;
- D) homógrafas;
- E) homônimas.

59. Se, na feitura de um jornal, o editor pede que, em uma determinada página de texto, a foto venha “sangrada”, isso significa que ele deseja que:

- A) fios sejam colocados de forma a emoldurar a foto;
- B) as cores da foto venham esbatidas;
- C) a mancha gráfica ultrapasse a margem superior, inferior ou lateral da página;
- D) sejam postas vinhetas nas margens superior e inferior, mas não nas laterais;
- E) a foto seja trabalhada para ficar mais impactante.

60. Nas últimas décadas do século XX, vimos como a multiplicação acelerada de produtos de alta tecnologia expandiu mercados, estendeu o consumo de bens e reforçou a concentração do capital em gigantescos conglomerados, em especial as corporações que têm na difusão coletiva sua própria razão de ser. Os meios de comunicação vêm disputando com as instituições tradicionais a hegemonia da construção de sentidos socialmente valorizados. No dizer de Polistchuc e Trinta, os *efeitos de sentido*, como as “simultaneidades aparentes”, a “multiplicidade de fontes emissoras” e a “visão fragmentada” caracterizam as *estratégias discursivas* da contemporaneidade. As tecnologias da comunicação – sejam elas de produção, de difusão ou de consumo – chegam a um ponto-de-não-retorno na trajetória dos processos comunicacionais. Essa nova fase é chamada de:

- A) Iluminismo tardio;
- B) Pós-modernismo;
- C) Modernidade avançada;
- D) Contemporaneidade globalizada;
- E) Mdiatização hodierna.

DISCURSIVA

Bill Kovach e Tom Rosenstiel, autores do livro *Os elementos do jornalismo*, nos informam que, em 1997, vinte e cinco jornalistas, editores de vários dos principais jornais americanos, bem como alguns dos mais influentes nomes da televisão e do rádio, professores de jornalismo e escritores importantes se reuniram no Harvard Faculty Club, preocupados com os sérios problemas que detectavam na profissão. Se o jornalismo – o sistema pelo qual recebemos nossas informações – estava subordinado a outros interesses, o que fazer? Se seu ofício era diferente de outras formas de comunicação, em que consistiria essa diferença? Se achavam que o jornalismo precisava mudar, mas sem mexer em certos princípios básicos, que princípios, então, seriam esses?

Das pesquisas, estudos e leituras desse grupo, surgiu uma descrição da teoria e cultura do jornalismo, de onde foi possível extrair que existem alguns princípios com os quais os jornalistas concordam. O principal deles é que a finalidade do jornalismo é fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar. Para realizar essa tarefa, foram definidos o que consideraram os nove elementos do jornalismo, os três primeiros sendo: a obrigação do jornalismo é com a verdade; sua primeira lealdade é com o cidadão; sua essência é a disciplina da verificação.

Baseado nessa concepção, analise os três itens acima e relacione, comentando com suas palavras, os demais elementos do jornalismo. Use de 20 a 30 linhas.

RASCUNHO