



CONCURSO PÚBLICO

PROFESSOR FAETEC I - EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

MARKETING

Data: 19/12/2010

Duração: 3 horas e 30 minutos

Leia atentamente as instruções abaixo.

01- Você recebeu do fiscal o seguinte material:

a) Este Caderno, com 60 (sessenta) questões da Prova Objetiva, sem repetição ou falha, assim distribuídas:

Português	Conhecimentos Pedagógicos	Conhecimentos Específicos
01 a 10	11 a 25	26 a 60

b) Um **Cartão de Respostas** destinado às respostas das questões objetivas formuladas nas provas.

02- Verifique se este material está em ordem e se o seu nome e número de inscrição conferem com os que aparecem no **Cartão de Respostas**. Caso contrário, notifique **imediatamente** o fiscal.

03- Após a conferência, o candidato deverá assinar no espaço próprio do **Cartão de Respostas**, com caneta esferográfica de tinta na cor azul ou preta.

04- No **Cartão de Respostas**, a marcação da alternativa correta deve ser feita cobrindo a letra e preenchendo todo o espaço interno do quadrado, com caneta esferográfica de tinta na cor azul ou preta, de forma contínua e densa.

Exemplo:

A	B	<input checked="" type="checkbox"/>	D	E
---	---	-------------------------------------	---	---

05- Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas 5 (cinco) alternativas classificadas com as letras (A, B, C, D e E), mas só uma responde adequadamente à questão proposta. Você só deve assinalar **uma alternativa**. A marcação em mais de uma alternativa anula a questão, mesmo que uma das respostas esteja correta.

06- Será eliminado do Concurso Público o candidato que:

a) Utilizar, durante a realização das provas, telefone celular, bip, walkman, receptor/transmissor, gravador, agenda telefônica, notebook, calculadora, palmtop, relógio digital com receptor ou qualquer outro meio de comunicação.

b) Ausentar-se da sala, a qualquer tempo, portando o **Cartão de Respostas**.

Observações: Por motivo de segurança, o candidato só poderá retirar-se da sala após 1 (uma) hora a partir do início da prova.

O candidato que optar por se retirar sem levar seu Caderno de Questões não poderá copiar sua marcação de respostas, em qualquer hipótese ou meio. O descumprimento dessa determinação será registrado em ata, acarretando a eliminação do candidato.

Somente decorridas 2 horas e 30 minutos de prova, o candidato poderá retirar-se levando o seu Caderno de Questões.

07- Reserve os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu **Cartão de Respostas**. Os rascunhos e as marcações assinaladas no Caderno de Questões não serão levados em conta.

PORTUGUÊS

Leia o texto a seguir e responda as questões de número 01 a 10.

OS DICIONÁRIOS DE MEU PAI

Pouco antes de morrer, meu pai me chamou ao escritório e me entregou um livro de capa preta que eu nunca havia visto. Era o dicionário analógico de Francisco Ferreira dos Santos Azevedo. Ficava quase escondido, perto dos cinco grandes volumes do dicionário Caldas Aulete, entre outros livros de consulta que papai mantinha ao alcance da mão numa estante giratória. Isso pode te servir, foi mais ou menos o que ele então me disse, no seu falar meio grunhido. Era como se ele, cansado, me passasse um bastão que de alguma forma eu deveria levar adiante. E por um bom tempo aquele livro me ajudou no acabamento de romances e letras de canções, sem falar das horas em que eu o folheava à toa; o amor aos dicionários, para o sérvio Milorad Pavic, autor de romances-enciclopédias, é um traço infantil no caráter de um homem adulto.

Palavra puxa palavra, e escarafunchar o dicionário analógico foi virando para mim um passatempo (desenfado, esparecimento, entretém, solaz, recreio, filistria). O resultado é que o livro, herdado já em estado precário, começou a se esfalar nos meus dedos. Encostei-o na estante da relíquias ao descobrir, num sebo atrás da sala Cecília Meireles, o mesmo dicionário em encadernação de percalina. Por dentro estava em boas condições, apesar de algumas manchas amareladas, e de trazer na folha de rosto a palavra anauê, escrita a caneta-tinteiro.

Com esse livro escrevi novas canções e romances, decifrei enigmas, fechei muitas palavras cruzadas. E ao vê-lo dar sinais de fadiga, saí de sebo em sebo pelo Rio de Janeiro para me garantir um dicionário analógico de reserva. Encontrei dois, mas não me dei por satisfeito, fiquei viciado no negócio. Dei de vasculhar livrarias país afora, só em São Paulo adquiri meia dúzia de exemplares, e ainda arrematei o último à venda na Amazon.com antes que algum aventureiro o fizesse. Eu já imaginava deter o monopólio (açambarcamento, exclusividade, hegemonia, senhorio, império) de dicionários analógicos da língua portuguesa, não fosse pelo senhor João Ubaldo Ribeiro, que ao que me consta também tem um, quiçá carcomido pelas traças (brocas, carunchos, gusanos, cupins, térmitas, cáries, lagartas-rosadas, gafanhotos, bichos-carpinteiros).

A horas mortas eu corria os olhos pela minha prateleira repleta de livros gêmeos, escolhia um a esmo e o abria a bel-prazer. Então anotava num Moleskine as palavras mais preciosas, a fim de esmerar o vocabulário com que embasbacaria as moças e esmagaria meus rivais.

Hoje sou surpreendido pelo anúncio desta nova edição do dicionário analógico de Francisco Ferreira dos Santos Azevedo. Sinto como se invadissem minha propriedade, revirassem meus baús, espalhassem ao vento meu tesouro. Trata-se para mim de uma terrível (funesta, nefasta, macabra, atroz, abominável, dilacerante, miseranda) notícia.

(Francisco Buarque de Hollanda, Revista Piauí, junho de 2010)

01. A reedição do dicionário analógico causou no enunciador um sentimento de:

- A) revolta
- B) ultraje
- C) ciúme
- D) despeito
- E) ansiedade

02. O sentimento que tomou conta do enunciador está explicitado, sobretudo, no segmento:

- A) "E por um bom tempo aquele livro me ajudou no acabamento de romances e letras de canções..." (l. 9/10)
- B) "Palavra puxa palavra, e escarafunchar o dicionário analógico foi virando para mim um passatempo (desenfado, esparecimento, entretém, solaz, recreio, filistria)." (l. 13/15)
- C) "Por dentro estava em boas condições, apesar de algumas manchas amareladas, e de trazer na folha de rosto a palavra anauê, escrita a caneta-tinteiro." (l. 18/20)
- D) "...não fosse pelo senhor João Ubaldo Ribeiro, que ao que me consta também tem um, quiçá carcomido pelas traças" (l. 30/32)
- E) "Sinto como se invadissem minha propriedade, revirassem meus baús, espalhassem ao vento meu tesouro." (l. 39/41)

03. A expressão "A horas mortas" (l. 34), de acordo com o contexto, significa:

- A) momento azado
- B) hora exata
- C) alta noite
- D) fora de hora
- E) oportunamente

04. Em "Isso pode te servir" (l. 6), o pronome demonstrativo tem como referente:

- A) o dicionário analógico
- B) o dicionário Caldas Aulete
- C) os livros de consulta
- D) a estante giratória
- E) os cinco grandes volumes

05. O modo predominante de organização textual é:

- A) descritivo
- B) narrativo
- C) argumentativo
- D) dissertativo
- E) injuntivo

06. Quanto à pontuação empregada no texto, é incorreto afirmar que:

- A) "Isso pode te servir, foi mais ou menos o que ele então me disse, no seu falar..." (l. 6/7) – as duas vírgulas podem ser substituídas por dois travessões
- B) "...um bastão que de alguma forma eu deveria..." (l. 8) – podem-se usar vírgulas para destacar "de alguma forma"
- C) "...eu nunca havia visto. Era o dicionário..." (l. 2) – o ponto pode ser substituído por dois pontos
- D) "...livro de capa preta que eu nunca havia visto..." (l. 2) – pode-se inserir uma vírgula depois da palavra "preta", sem determinar prejuízo semântico-sintático
- E) "manchas amareladas, e de trazer na folha..." (l. 19/20) – a vírgula pode ser retirada sem prejuízo semântico-sintático

07. No segmento "...que eu nunca havia visto." (l. 2), pode-se substituir a forma verbal composta sublinhada pela sua correspondente simples, que é:

- A) vira
- B) vi
- C) via
- D) veria
- E) visse

08. Mantendo-se a coesão e a coerência textual, no segmento "...mas não me dei por satisfeito, fiquei viciado no negócio." (l. 24/25), pode-se inserir, entre as duas orações, o conectivo:

- A) ainda que
- B) à medida que
- C) visto que
- D) contanto que
- E) a menos que

09. No texto, os parênteses foram usados para conter palavras:

- A) sinônimas
- B) parônimas
- C) polissêmicas
- D) análogas
- E) homônimas

10. A preposição tem valor semântico de finalidade no segmento:

- A) "Os dicionários de meu pai" (título)
- B) "...outros livros de consulta" (l. 5)
- C) "...ao alcance da mão..." (l. 5)
- D) "...que de alguma forma..." (l. 8)
- E) "acabamento de romances..." (l. 9/10)

CONHECIMENTOS PEDAGÓGICOS

11. A Lei Federal nº 9394/96 – Diretrizes e Bases da Educação Nacional estabelece que a União aplicará, anualmente, nunca menos de dezoito por cento da receita resultante de impostos, compreendidas as transferências constitucionais, na manutenção e desenvolvimento do ensino público. Para os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, a aplicação mínima é de vinte e cinco por cento, ou o percentual que constar das respectivas Constituições ou Leis Orgânicas.

De acordo com os artigos 70 e 71 da LDB, dentre as despesas relacionadas abaixo, a única que não pode ser considerada como de manutenção e desenvolvimento do ensino é aquela destinada a:

- A) remuneração e aperfeiçoamento do pessoal docente e demais profissionais da educação
- B) levantamentos estatísticos, estudos e pesquisas visando precipuamente ao aprimoramento da qualidade e à expansão do ensino
- C) aquisição de material didático-escolar e manutenção de programas de transporte escolar
- D) programas suplementares de alimentação, assistência médico-odontológica, farmacêutica e psicológica, e outras formas de assistência social
- E) aquisição, manutenção, construção e conservação de instalações e equipamentos necessários ao ensino

12. O Conselho Tutelar é um órgão permanente e autônomo, não jurisdicional, encarregado pela sociedade de zelar pelo cumprimento dos direitos da criança e do adolescente, definidos no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. Nesse contexto, considere os procedimentos listados abaixo.

- I- inclusão em programa oficial ou comunitário de auxílio, orientação e tratamento a alcoólatras e toxicômanos
- II- encaminhamento a programa de acolhimento institucional
- III- inclusão em programa de acolhimento familiar
- IV- requisição de tratamento médico, psicológico ou psiquiátrico, em regime hospitalar ou ambulatorial
- V- colocação em família substituta

De acordo com o artigo 136 do ECA, constituem atribuições do Conselho Tutelar os procedimentos assinalados pelos números:

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

13. Os Parâmetros Curriculares Nacionais – Ensino Médio assinalam que essa etapa de escolaridade, "que tradicionalmente acumula as funções propedêuticas e de terminalidade, tem sido a mais afetada pelas mudanças nas formas de conviver, de exercer a cidadania e de organizar o trabalho, impostas pela nova geografia política do planeta, pela globalização econômica e pela revolução tecnológica".

Nesse contexto, a partir de meados da década de 1980, inicia-se, em todo o mundo, um processo de revisão das funções tradicionais do ensino médio, buscando um perfil de formação do aluno mais condizente com as características da produção pós-industrial.

Os PCN destacam que, independentemente das peculiaridades dos sistemas educacionais dos diferentes países, duas características têm se mostrado comuns a todas as propostas de reformulação – a progressiva integração curricular e institucional entre as várias modalidades da etapa de escolaridade média e:

- A) uma formação geral mais "acadêmica" do que "prática"
- B) o abandono do caráter de especialização das modalidades profissionalizantes
- C) o reforço da função propedêutica dessa etapa de escolaridade
- D) a preparação do futuro profissional para a repetição de tarefas rotineiras
- E) um maior investimento na formação de "profissionais especialistas"

14. Ao analisar a questão da organização de um currículo voltado para as competências básicas, as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio defendem que "a formação básica a ser buscada no ensino médio se realizará mais pela constituição de competências, habilidades e disposições de condutas do que pela quantidade de informação. Aprender a aprender e a pensar, a relacionar o conhecimento com dados da experiência cotidiana, a dar significado ao aprendido e a captar o significado do mundo, a fazer a ponte entre teoria e prática, a fundamentar a crítica, a argumentar com base em fatos, a lidar com o sentimento que a aprendizagem desperta".

Dentre as ações descritas abaixo, aquela que, se aplicada, não atenderia à proposta apresentada é:

- A) Reestruturar o currículo "enciclopédico", priorizando conhecimentos e competências que sejam pré-requisito para a inserção profissional mais precoce e eliminando aqueles voltados para a continuidade de estudos.
- B) (Re)significar os conteúdos curriculares como meios para constituição de competências e valores, e não como objetivos do ensino em si mesmos.
- C) Trabalhar as linguagens não apenas como formas de expressão e comunicação mas como constituidoras de significados, conhecimentos e valores.
- D) Adotar estratégias de ensino diversificadas, que mobilizem mais o raciocínio e outras competências cognitivas superiores, bem como potencializem a interação entre aluno-professor e aluno-aluno para a permanente negociação dos significados dos conteúdos curriculares.
- E) Lidar com os sentimentos associados às situações de aprendizagem para facilitar a relação do aluno com o conhecimento.

15. Considerando a Resolução CNE/CEB nº 4/1999, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico, analise as afirmativas abaixo.

1. A escola poderá aproveitar conhecimentos e experiências anteriores dos alunos, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação ou habilitação profissional.

2. Nesse sentido, poderão ser considerados, dentre outros, conhecimentos e experiências anteriores adquiridos no trabalho ou por outros meios informais, comprovados mediante avaliação do aluno.

É correto afirmar que:

- A) Apenas a primeira afirmativa é correta.
- B) Nenhuma das duas afirmativas é correta.
- C) Ambas as afirmativas são corretas, mas a segunda não complementa a primeira.
- D) Ambas as afirmativas são corretas, e a segunda complementa a primeira.
- E) Apenas a segunda afirmativa é correta.

16. As Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio propõem que "o Ensino Médio, atendida a formação geral, incluindo a preparação básica para o trabalho, poderá preparar para o exercício de profissões técnicas, por articulação com a Educação Profissional, mantida a independência entre os cursos.

A Resolução CNE/CEB nº 1/2005, que atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio e para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, acrescenta que a articulação entre a Educação Profissional Técnica de Nível Médio e o Ensino Médio poderá ser feita em diferentes modalidades, denominadas "integrada", "concomitante" e "subsequente".

Em relação à modalidade "concomitante", a resolução estabelece que:

- A) deve ser oferecida necessariamente em uma única instituição de ensino, aproveitando as oportunidades educacionais disponíveis
- B) deve ser oferecida necessariamente em um mesmo estabelecimento de ensino, aproveitando as oportunidades educacionais existentes, e destinando-se somente a quem esteja cursando o 3º ano do Ensino Médio
- C) pode ser oferecida em um mesmo estabelecimento de ensino ou em instituições de ensino distintas, aproveitando as oportunidades educacionais existentes, e destinando-se somente a quem já tenha concluído o Ensino Médio
- D) deve ser oferecida necessariamente em instituições de ensino distintas, aproveitando as oportunidades educacionais disponíveis, ou mediante convênio de intercomplementaridade
- E) pode ser oferecida em um mesmo estabelecimento de ensino ou em instituições de ensino distintas, aproveitando as oportunidades educacionais disponíveis, ou mediante convênio de intercomplementaridade

17. A Resolução CNE/CEB nº 4/2005 estabelece que os cursos de Educação Profissional Técnica de nível médio realizados de forma integrada com o Ensino Médio, na modalidade de Educação de Jovens e Adultos, deverão garantir uma carga horária mínima destinada à Educação Geral, cumulativa com a carga horária mínima da respectiva habilitação profissional técnica de nível médio. Essa carga horária mínima destinada à Educação Geral está fixada em:

- A) mil e oitocentas horas
- B) mil e seiscentas horas
- C) mil e duzentas horas
- D) mil horas
- E) oitocentas horas

18. O artigo 5º da Resolução nº 1/2005 estabelece critérios para a ampliação da carga horária dos cursos de Educação Profissional Técnica de nível médio realizados de forma integrada com o Ensino Médio. Por outro lado, o artigo 7º estabelece que os diplomas de técnico de nível médio correspondentes aos cursos assim organizados terão validade:

- A) para fins de habilitação profissional e de certificação do Ensino Médio, possibilitando a continuidade de estudos na Educação Superior
- B) exclusivamente para a comprovação de habilitação profissional
- C) como prova de habilitação profissional, não possibilitando, no entanto, a continuidade de estudos na Educação Superior
- D) somente como pré-requisito para a continuidade da formação profissional na Educação Superior
- E) como habilitação plena para o exercício do magistério na Educação Profissional Técnica de nível médio

19. Luckesi, em "Filosofia da Educação", apresenta um trabalho de José Carlos Libâneo no qual o autor, para analisar diferentes tendências pedagógicas na prática escolar, as classifica em dois grupos, denominados Pedagogia Liberal, abrangendo as tendências "tradicional", "renovada progressivista", "renovada não direfivã" e "tecnicista", e Pedagogia Progressista, englobando as tendências "libertadora", "libertária" e "crítico-social dos conteúdos".

Em relação ao tratamento dado aos conteúdos de ensino, uma característica importante da tendência liberal tradicional é que:

- A) A transmissão de conteúdos é considerada secundária, buscando-se favorecer nos alunos o desenvolvimento de meios para buscarem por si mesmos os conhecimentos.
- B) Os conteúdos priorizados são os conhecimentos e valores sociais acumulados pelas gerações adultas, repassados como verdades, separados da experiência dos alunos e da realidade social.
- C) Os conteúdos são trabalhados por meio de material instrucional sistematizado em manuais, livros didáticos, módulos de ensino, etc.
- D) Os processos mentais e as habilidades cognitivas são mais valorizados do que conteúdos racionalmente organizados, favorecendo-se o "aprender a aprender".
- E) O conhecimento é tratado sob a forma de "temas geradores" extraídos da problematização da vida prática dos alunos, desprezando-se os conteúdos tradicionalmente valorizados.

20. Como relata Gadotti, em 1970 – Ano Internacional da Educação, a UNESCO criou a denominada Comissão Internacional para o Desenvolvimento da Educação, com o objetivo de analisar a questão educacional em um grande número de países e apresentar estratégias para a superação de problemas constatados.

Sistematizado o trabalho, a Comissão apresentou a todos os países uma estratégia consubstanciada em vinte e um princípios. No primeiro desses princípios, consagra-se como o "fundamento", como a "pedra angular" da educação do futuro:

- A) a superação das barreiras existentes entre os diferentes ciclos ou níveis de ensino, assim como entre a educação formal e não formal
- B) a garantia de que os diferentes tipos de ensino e de atividades profissionais dependam exclusivamente da capacidade e das aptidões de cada indivíduo
- C) a preservação da dignidade das diferentes funções do educador, buscando-se eliminar progressivamente a hierarquia entre as diversas categorias docentes
- D) a adaptação do ensino ao educando, superando-se a sua submissão a regras preestabelecidas
- E) a educação permanente, garantindo-se a todos os indivíduos a oportunidade de aprender durante toda a vida

21. Gomes, em "A Educação em novas perspectivas sociológicas", ao analisar a obra e as propostas de Paulo Freire, assinala que "não é possível estudar sociologicamente a obra de Freire sem identificar suas raízes filosóficas". Destaca, dentre outras dessas raízes, o pensamento social católico, a filosofia escolástica e, mais recentemente, a teologia da libertação e alguns elementos do pragmatismo. Como exemplo da influência do pragmatismo, cita a defesa que Freire faz da "educação problematizadora", que se caracteriza por:

- A) priorizar a educação verbalista e a utilização de exercícios como forma de avaliação
- B) defender a "educação bancária", onde o professor é o sujeito do processo
- C) desconsiderar o valor do método científico
- D) defender a centralização dos sistemas de educação
- E) estar voltada para as experiências presentes dos alunos

22. Em pesquisa sobre a indisciplina e a violência em escolas brasileiras, Abramovay e Rúa (2002) registraram a classificação da violência escolar em três níveis, denominados "violência física", "violência por incivilidade" e "violência simbólica ou institucional". Segundo os autores, uma manifestação de "violência simbólica ou institucional" é aquela relacionada com:

- A) a prática de atos de vandalismo
- B) as relações de poder entre professores e alunos
- C) atos que constituem situações de humilhação ao outro
- D) a utilização corriqueira de palavreado grosseiro
- E) a tentativa ou a prática de agressão sexual

23. Zabala, em "A Prática Educativa", ao analisar a questão da organização de turmas segundo os critérios de homogeneidade ou de heterogeneidade em relação ao nível de desenvolvimento ou de conhecimento dos alunos, analisa alguns objetivos educacionais que se identificam com um ou outro desses critérios. Nesse contexto, dentre as alternativas apresentadas abaixo, aquela que se identifica **diretamente** com a organização de turmas pelo critério da homogeneidade do nível de desenvolvimento ou de conhecimento dos alunos é:

- A) privilegiar o surgimento de conflitos cognitivos
- B) favorecer o contraste entre modelos diferentes de pensar
- C) reforçar a função seletiva do ensino
- D) possibilitar aos alunos o reconhecimento de suas potencialidades e limitações
- E) desenvolver nos alunos a capacidade de relacionarem-se e ajudarem-se mutuamente

24. Hoffmann defende que a forma como historicamente a Escola vem interpretando "testes, provas e outras tarefas" aplicados aos alunos contribui de maneira clara para perpetuar a concepção de avaliação como um mecanismo sentencioso e classificatório, inadequado quando se trata de acompanhar o processo de construção de conhecimento por esses alunos. A autora registra que, segundo essa concepção de avaliação que precisa ser superada, a finalidade essencial dos "testes, provas e outras tarefas" tem sido:

- A) a mediação
- B) a reflexão
- C) o questionamento
- D) a mensuração
- E) a investigação

25. Fontana e Cruz, ao tratarem das diversas abordagens da psicologia sobre os processos de desenvolvimento e aprendizagem, destacam aquelas denominadas inatista-maturacionista, comportamentalista, piagetiana e histórico-cultural.

Nesse contexto, correlacione as abordagens citadas na coluna da esquerda com as afirmativas apresentadas na coluna da direita.

- | | | |
|-----------------------|-----|---|
| 1- inatista- | () | As ações e as habilidades dos indivíduos são determinadas por suas relações com o meio em que se encontram. |
| 2- maturacionista | | |
| 3- comportamentalista | | |
| 4- piagetiana | () | A relação entre homem e meio é sempre mediada por produtos humanos, como o instrumento e o signo, e pelo "outro". |
| | () | O desenvolvimento do comportamento e das habilidades da criança é regido por um processo biológico que independe da aprendizagem e da experiência. |
| | () | O processo de desenvolvimento depende principalmente de um processo de autorregulação denominado equilíbrio, por meio do qual se mantém um estado de equilíbrio ou de adaptação em relação ao meio. |

A sequência correta é:

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

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

26. No âmbito geral da informação, é possível estabelecer uma classificação das mensagens escritas tendo em vista o elenco de funções da linguagem feito por Roman Jakobson. Conforme apontam Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari em *Técnica de redação*, a função comunicativa referencial, em geral empregada em notícias e relatórios administrativos, ocorre quando:

- A) a informação é apresentada de maneira subjetiva, sem margem a julgamentos, mas com comentários e juízos de valor
- B) a opinião é apresentada de maneira subjetiva, com julgamentos, comentários ou quaisquer juízos de valor
- C) a informação é apresentada de maneira objetiva, sem margem a julgamentos, comentários ou quaisquer juízos de valor
- D) a informação é apresentada de maneira objetiva, sem margem a julgamentos e comentários, mas sempre com juízos de valor
- E) a emoção é transmitida de maneira objetiva, sem margem a julgamentos ou quaisquer juízos de valor, mas com comentários

27. "Identificar os vocábulos ou expressões mais adequadas ao discurso comunicativo", segundo Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari em *Técnica de redação*, diz respeito ao meio:

- A) fraseológico
- B) lexical
- C) gráfico
- D) combinatório
- E) coloquial

28. A esperança de que houvesse uma "linguagem ideal" em que cada palavra "designasse ou apontasse apenas uma coisa, correspondesse a uma só ideia", ou seja, "tivesse um só sentido", é comentada por Othon M. Garcia em *Comunicação em prosa moderna*. Nessa passagem, o autor relaciona "palavra" e "sentido", respectivamente, aos termos:

- A) significante (ou imagem acústica) e significado (ou conceito)
- B) significado (ou conceito) e significante (ou imagem acústica)
- C) significante (ou conceito) e significado (ou imagem acústica)
- D) significado (ou imagem acústica) e signo (ou conceito)
- E) signo (ou conceito) e significante (ou imagem acústica)

29. Na busca pela precisão da comunicação, o esmero na forma de escrever torna-se fundamental. É ele que evita o entendimento ambíguo e até equivocado daquilo que se deseja transmitir. Do contrário, pode-se simplesmente falsear o fato que deve ser relatado, ou seja, cair em falácias. Tais falácias podem ser de vários tipos. Seguindo os exemplos apresentados por Nilson Lage em *Controle da opinião pública*, frases como "comeu a maçã e desmaiou" e "rezou a novena e ganhou na loteria":

- A) constituem falácias de base semântica
- B) constituem falácias de base sintática
- C) constituem falácias de base pragmática
- D) constituem falácias de base interrogativa
- E) não constituem falácias de qualquer tipo

30. "O dever de noticiar pode produzir conflitos com o interesse público", segundo o *Manual de redação e estilo* de Luiz Garcia para O Globo. Por isso mesmo, o manual traça algumas diretrizes para lidar com o "interesse público", entre as quais está a de que:

- A) qualquer autoridade tem o direito de pedir ao jornal determinado comportamento em nome do interesse público, e cabe ao jornal atendimento automático desse pedido
- B) apenas certas autoridades têm o direito de pedir ao jornal determinado comportamento em nome do interesse público, e é responsabilidade do jornal acatar esse pedido
- C) qualquer autoridade tem o direito de pedir ao jornal determinado comportamento em nome do interesse público, mas a responsabilidade pela decisão é sempre do jornal
- D) nenhuma autoridade tem o direito de pedir ao jornal determinado comportamento em nome do interesse público, e é responsabilidade do jornal nem analisar tais pedidos
- E) qualquer autoridade tem o direito de determinar junto com o jornal qual o melhor comportamento em nome do interesse público, e é responsabilidade do jornal tomar uma decisão conjunta

31. "A atividade jornalística – além de, obviamente, obedecer às leis do país – tem critérios éticos próprios". Em seu *Manual de redação e estilo* para O Globo, Luiz Garcia afirma que "a primeira questão ética que se põe para o jornalista é aprender a não abusar do poder", sendo:

- A) aceitável que o processamento de informação seja posto a serviço de fins políticos e ideológicos, mas nunca a serviço de fins pessoais
- B) necessário que o processamento de informação seja posto a serviço de fins políticos, ideológicos e pessoais
- C) inaceitável que o processamento de informação seja posto a serviço de fins políticos e pessoais, devendo estar a serviço unicamente de fins ideológicos
- D) inaceitável que o processamento de informação seja posto a serviço de fins políticos e ideológicos, devendo estar a serviço unicamente de fins pessoais
- E) inaceitável que o processamento de informação seja posto a serviço de fins políticos, ideológicos e pessoais

32. Nos engajamentos profissionais envolvidos na comunicação social, como em jornalismo e em assessoria de imprensa, a questão da transmissão do saber é tópico central, sobretudo na época atual. Segundo Eugênio Bucci, em *Sobre Ética e Imprensa*, na era das relações públicas generalizadas, o saber tornou-se:

- A) privatizado e se distanciou ainda mais das redações
- B) estatal e se distanciou ainda mais das redações
- C) privatizado e se aproximou ainda mais das redações
- D) estatal e se aproximou ainda mais das redações
- E) privatizado e é criado dentro das próprias redações

33. Criticando uma prática bastante difundida entre as assessorias de imprensa, o *Manual nacional de assessoria de imprensa* da FENAJ declara que a melhor avaliação que se pode fazer do desempenho de uma empresa prestadora desse serviço é pelo:

- A) número total de centímetros de matérias publicadas, sendo um equívoco provar sua eficiência através do relacionamento que ela e seus assessorados mantêm com a imprensa
- B) relacionamento que ela própria e seus assessorados mantêm com a imprensa, sendo um equívoco provar sua eficiência através de centímetros de matérias publicadas
- C) número total de centímetros de *press releases* enviados para a imprensa, sendo um equívoco provar sua eficiência através de centímetros de matérias publicadas
- D) relacionamento que apenas ela, e não seus assessorados, mantêm com a imprensa, sendo um acerto provar sua eficiência através de centímetros de matérias publicadas
- E) número total de centímetros de matérias publicadas, sendo um equívoco provar sua eficiência através de centímetros de *press releases* enviados para a imprensa

34. De acordo com a delimitação de áreas fornecida pelo *Manual nacional de assessoria de imprensa* da FENAJ, as duas "diferenças básicas entre informação publicitária e informação jornalística" residem, respectivamente, no fato de que:

- A) a primeira tem clara intenção de venda, visando a um público-alvo específico, e seu aproveitamento não envolve pagamento; já a segunda deve ser o relato de um fato de interesse da coletividade e é veiculada em espaço reservado e pago nos veículos
- B) a primeira deve ser o relato de um fato de interesse da coletividade e seu aproveitamento não envolve pagamento; já a segunda tem clara intenção de venda, visando a um público-alvo específico, e é veiculada em espaço reservado e pago nos veículos
- C) a primeira tem clara intenção de venda, visando a um público-alvo específico, e é veiculada em espaço reservado e pago nos veículos; já a segunda deve ser o relato de um fato de interesse da coletividade e seu aproveitamento não envolve pagamento
- D) a primeira é o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação; já a segunda visa a promover o diálogo real e desenvolver um clima de boa vontade junto aos públicos interno e externo
- E) a primeira visa a promover o diálogo real e desenvolver um clima de boa vontade junto aos públicos interno e externo; já a segunda é o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação

35. Logo no início de seu livro *A linguagem da propaganda*, Torben Vestergaard e Kim Schroder definem seu objeto de estudo distinguindo, em primeiro lugar, a "propaganda não comercial" da "propaganda comercial". Como exemplos do primeiro tipo, os autores citam:

- A) os anúncios classificados, nos quais os elementos de persuasão estão virtualmente ausentes
- B) empresas que não anunciam mercadorias ou serviços, mas antes um nome ou imagem, visando à criação de uma receptividade duradoura
- C) indústrias que anunciam seus produtos ou serviços a outras empresas, o que pode ser concebido como uma comunicação entre iguais
- D) a comunicação entre órgãos governamentais e cidadãos ou os apelos de associações e sociedades com finalidades caritativas ou políticas
- E) os anúncios de exibição, os quais são colocados em destaque nos jornais e revistas a fim de chamar a atenção dos leitores

36. Por mais que o objetivo final da propaganda comercial dirigida ao consumidor seja vender mercadorias ou serviços, o publicitário precisa, antes disso, vencer alguns obstáculos para chegar ao leitor de mídia impressa. Em *A linguagem da propaganda*, Torben Vestergaard e Kim Schroder citam os "cinco passos estabelecidos por Lund" que resumem a tarefa do publicitário. Tais passos, do primeiro ao último, obedecem à seguinte ordem:

- A) estimular o desejo; despertar interesse; chamar a atenção; criar convicção; induzir à ação
- B) chamar a atenção; estimular o desejo; criar convicção; induzir à ação; despertar interesse
- C) despertar interesse; estimular o desejo; criar convicção; chamar a atenção; induzir à ação
- D) induzir à ação; criar convicção; estimular o desejo; despertar interesse; chamar a atenção
- E) chamar a atenção; despertar interesse; estimular o desejo; criar convicção; induzir à ação

37. São várias as etapas do trabalho de um profissional de publicidade na elaboração de uma campanha. Em *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*, Rafael Sampaio estabelece que o trabalho de criação publicitária é realizado:

- A) anteriormente ao desenvolvimento do planejamento de mídia
- B) simultaneamente ao desenvolvimento do planejamento de mídia
- C) posteriormente ao desenvolvimento do planejamento de mídia
- D) independentemente do desenvolvimento do planejamento de mídia
- E) em detrimento do desenvolvimento do planejamento de mídia

38. São vários os conceitos centrais do marketing elencados por Philip Kotler e Gary Armstrong em *Princípios de Marketing*. Mas "o conceito mais básico e inerente ao marketing", de acordo com os autores no livro em questão, é o de:

- A) venda
- B) produto
- C) publicidade
- D) necessidade humana
- E) mercado segmentado

39. Numa organização, conforme Philip Kotler e Gary Armstrong no livro *Princípios de Marketing*, "em determinados momentos pode haver demanda adequada, demanda irregular, demanda em excesso ou até mesmo não haver demanda alguma". Para os autores, cabe à "administração de marketing" preocupar-se:

- A) apenas em descobrir e ampliar a demanda, mas não em mudá-la ou reduzi-la
- B) apenas em descobrir a demanda, mas não em ampliá-la, mudá-la ou reduzi-la
- C) apenas em estabilizar a demanda irregular, seu único foco de ação
- D) não apenas em descobrir e ampliar a demanda, mas também em mudá-la ou mesmo reduzi-la
- E) não apenas em descobrir e ampliar a demanda, mas também em mudá-la, nunca reduzi-la

40. No capítulo que diz respeito à colocação de produtos no mercado, os autores de *Princípios de Marketing*, Philip Kotler e Gary Armstrong, discutem por que as empresas utilizam canais de distribuição, considerando as vantagens e as dificuldades desse processo. No quesito "distribuição física", segundo os autores, o principal custo é com o:

- A) transporte
- B) armazenamento
- C) controle de estoque
- D) processo de recebimento
- E) processamento de pedidos

41. Em *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*, Philip Kotler estabelece que, no que diz respeito ao "marketing de relacionamento com o consumidor", a empresa espera converter consumidores:

- A) não qualificados em consumidores novos e, depois, estes em consumidores leais
- B) não qualificados em consumidores potenciais e, depois, estes em consumidores ativos
- C) potenciais qualificados em consumidores novos e, depois, estes em consumidores leais
- D) potenciais desqualificados em consumidores inativos e, depois, estes em consumidores requalificados
- E) potenciais qualificados em consumidores novos e, depois, estes em consumidores prováveis

42. Para Philip Kotler, em *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*, o processo de planejamento estratégico da unidade de negócio inclui, na etapa que diz respeito à análise do ambiente externo, o monitoramento:

- A) das forças macroambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores) e dos atores microambientais importantes (demográficos, tecnológicos, políticos, legais, sociais e culturais)
- B) das forças macroambientais (demográficas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais) e dos atores microambientais importantes (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores)
- C) apenas das forças macroambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores) e não dos atores microambientais importantes (demográficos, tecnológicos, políticos, legais, sociais e culturais)
- D) apenas dos atores microambientais importantes (demográficos, tecnológicos, políticos, legais, sociais e culturais) e não das forças macroambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores)
- E) apenas das forças macroambientais (demográficas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais) e não dos atores microambientais importantes (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores)

43. Em *A imaginação de marketing*, Theodore Levitt estabelece que "o marketing significa obter e manter clientes em alguma proporção aceitável, relativamente aos concorrentes". No âmbito dessa discussão, o autor escreve que a imaginação de marketing:

- A) é a ferramenta fundamental para decidir quais devem ser os objetivos em uma empresa, sendo ainda tarefa sua encontrar maneiras de atrair e reter clientes
- B) não é a ferramenta fundamental para decidir quais devem ser os objetivos em uma empresa, sendo tarefa sua apenas encontrar maneiras de atrair e reter clientes
- C) é a ferramenta fundamental para decidir quais devem ser os objetivos em uma empresa, mas não é tarefa sua encontrar maneiras de atrair e reter clientes
- D) não é a ferramenta fundamental para decidir quais devem ser os objetivos em uma empresa, assim como não é tarefa sua encontrar maneiras de atrair e reter clientes
- E) é a ferramenta fundamental para decidir quais devem ser os objetivos em uma empresa, sendo ainda tarefa sua encontrar maneiras de atrair clientes, mas não de retê-los

44. Em *A imaginação de marketing*, Theodore Levitt constata "uma nova realidade comercial – o surgimento explosivo de mercados globais para produtos globalmente padronizados, mercados gigantes em escala mundial, de magnitude jamais imaginada". Ao final do capítulo "A globalização de mercados", Levitt afirma que, com a convergência dos vetores da tecnologia e da globalização, a otimização da padronização global de alta qualidade produz:

- A) custos otimamente baixos, preços otimamente altos e, portanto, em combinação, ótima clientela e ótimos lucros para si
- B) custos otimamente altos, preços otimamente altos e, portanto, em combinação, ótima clientela e ótimos lucros para si
- C) custos otimamente baixos, preços otimamente baixos e, entretanto, em contradição, péssima clientela e péssimos lucros para si
- D) custos otimamente altos, preços otimamente baixos e, entretanto, em contradição, ótima clientela e péssimos lucros para si
- E) custos otimamente baixos, preços otimamente baixos e, portanto, em combinação, ótima clientela e ótimos lucros para si

45. Na introdução do livro *A organização do futuro: como preparar hoje as empresas de amanhã*, organizado pela The Peter F. Drucker Foundation, o próprio Peter F. Drucker escreveu que cada vez mais as empresas, mesmo as bem pequenas, devem ser administradas como negócios:

- A) nacionais, pois embora o mercado possa ser global, a concorrência é local ou regional
- B) nacionais, pois embora o mercado possa ser local ou regional, a concorrência é global
- C) transnacionais, pois embora a concorrência possa ser local ou regional, o mercado é global
- D) transnacionais, pois embora o mercado possa ser local ou regional, a concorrência é global
- E) transnacionais, pois o mercado e a concorrência não podem ser locais ou regionais, sendo sempre globais

46. Ao introduzir o livro *A organização do futuro*, Peter F. Drucker constatou que atualmente vários autores "estão escrevendo sobre 'o fim das organizações'", declarando que isso é:

- A) a única coisa que podemos prever com certeza que acontecerá
- B) a única coisa que podemos prever com certeza que não acontecerá
- C) a única coisa que não podemos prever se acontecerá
- D) uma das coisas que provavelmente acontecerá
- E) uma das coisas que provavelmente não acontecerá

47. Em seu artigo "Competitividade e caráter cívico", publicado na coletânea *A organização do futuro* da The Peter F. Drucker Foundation, Philip Kotler trata da possibilidade de uma empresa "conquistar uma diferenciação mais sustentável na opinião pública". Ele finaliza esse texto arriscando a previsão de que, à medida que os produtos forem se tornando:

- A) mais diferentes, a imagem cívica de uma empresa talvez venha a ser um dos mais fortes fatores de influência na preferência do cliente
- B) mais iguais, a imagem cívica de uma empresa talvez venha a ser um dos mais fracos fatores de influência na preferência do cliente
- C) mais globais, a imagem cívica de uma empresa talvez venha a ser um dos mais fracos fatores de influência na preferência do cliente
- D) mais diferentes, a imagem cívica de uma empresa talvez venha a ser um dos mais fortes fatores de influência na preferência do cliente
- E) mais iguais, a imagem cívica de uma empresa talvez venha a ser um dos mais fortes fatores de influência na preferência do cliente

48. A segmentação de mercado é um dos processos mais importantes para o planejamento estratégico de marketing. Em *Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global*, E. Jerome McCarthy e William D. Perreault Jr. definem "segmento de mercado" como sendo um grupo de:

- A) consumidores relativamente homogêneos que reagirão a um composto de marketing de maneira diferente
- B) consumidores relativamente heterogêneos que reagirão a um composto de marketing de maneira semelhante
- C) consumidores relativamente homogêneos que reagirão a um composto de marketing de maneira semelhante
- D) produtores relativamente homogêneos que reagirão a um composto de marketing de maneira diferente
- E) produtores relativamente heterogêneos que reagirão a um composto de marketing de maneira semelhante

49. Diferentes áreas da comunicação social costumam entrar em contato muitas vezes. Um desses exemplos é quando o "gerente de marketing estabelece objetivos específicos para orientar o esforço de propaganda". Tais objetivos determinam os tipos de propaganda necessários. De acordo com E. Jerome McCarthy e William D. Perreault Jr. em *Marketing essencial*, uma das categorias da propaganda de produto é a "propaganda pioneira", a qual:

- A) procura desenvolver demanda primária para uma categoria de produto, em vez de demanda por uma marca específica
- B) busca desenvolver a demanda seletiva para uma marca específica, destacando sua marca em relação às concorrentes
- C) tenta manter o nome do produto frente ao público, podendo ser útil quando o produto já obteve preferência ou insistência da marca
- D) focaliza a marca e o prestígio de uma organização ou setor industrial, podendo informar, persuadir ou lembrar
- E) envolve intermediários e fabricantes, dividindo o custo do anúncio e os ajudando a competir em seus mercados locais

50. No livro *Marketing essencial*, E. Jerome McCarthy e William D. Perreault Jr. definem um "processo social que dirige o fluxo econômico de bens e serviços dos produtores aos consumidores de maneira que iguale eficazmente a oferta e a demanda e realize os objetivos da sociedade". Tal processo, cuja ênfase não está nas atividades das organizações separadas mas no funcionamento do sistema total, segundo os autores, é:

- A) o micromarketing
- B) o macromarketing
- C) o endomarketing
- D) a administração de marketing
- E) as relações públicas

51. Em *Marketing básico*, Edward W. Cundiff, Richard Ralph Still e Norman A. P. Govoni estabelecem que "embora o gerente de marketing não precise ser um pesquisador qualificado, deve estar familiarizado com o método geral da pesquisa de mercado". Conforme declaram os autores, é relevante que o gerente de marketing saiba, por exemplo, que o planejamento de um projeto de pesquisa de mercado envolve decisões na seguinte ordem:

- A) informações necessárias para o alcance dos objetivos; fontes a recorrer na procura de informações; métodos de pesquisa a empregar na coleta das informações; estabelecimento dos objetivos da pesquisa
- B) métodos de pesquisa a empregar na coleta das informações; estabelecimento dos objetivos da pesquisa; informações necessárias para o alcance dos objetivos; fontes a recorrer na procura de informações
- C) estabelecimento dos objetivos da pesquisa; informações necessárias para o alcance dos objetivos; métodos de pesquisa a empregar na coleta das informações; fontes a recorrer na procura de informações
- D) fontes a recorrer na procura de informações; métodos de pesquisa a empregar na coleta das informações; estabelecimento dos objetivos da pesquisa; informações necessárias para o alcance dos objetivos
- E) estabelecimento dos objetivos da pesquisa; informações necessárias para o alcance dos objetivos; fontes a recorrer na procura de informações; métodos de pesquisa a empregar na coleta das informações

52. Ao tratar do complexo tema da *Opinião pública: teoria e pesquisa*, Monique Augras estabelece que a "definição estatística oferece a vantagem de ser clara, sem ambiguidades, e permite apreender, num momento preciso, o estado da opinião". A autora continua, afirmando ainda que uma definição estatística do fenômeno da opinião:

- A) não nos leva, entretanto, muito longe na compreensão de tal fenômeno, mas explica por que aparece um movimento de opinião, como se estrutura, como evolui
- B) nos leva, portanto, muito longe na compreensão de tal fenômeno, explicando por que aparece um movimento de opinião, como se estrutura, como evolui
- C) não nos leva, entretanto, muito longe na compreensão de tal fenômeno, não explicando por que aparece um movimento de opinião, como se estrutura, como evolui
- D) nos leva, portanto, muito longe na compreensão de tal fenômeno, mas explicando como ele se estrutura e como evolui
- E) não nos leva, entretanto, muito longe na compreensão de tal fenômeno, não explicando por que aparece um movimento de opinião, mas explicando como ele se estrutura e como evolui

53. Em *Manual de radiojornalismo*, Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima afirmam que "o texto jornalístico segue normas universais" e que, "em qualquer veículo impresso ou eletrônico, o redator deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo". De acordo com os autores, a despeito dessas normas universais, o texto do rádio difere do texto da imprensa escrita por ter como especificidade:

- A) o ritmo, já que o redator de rádio deve optar por frases longas e intercaladas, o que facilita o ritmo da leitura
- B) o *lead*, já que a missão do redator de rádio é conquistar o ouvinte na primeira frase, enquanto a imprensa escrita não precisa se preocupar com isso
- C) a adjetivação excessiva, já que o ouvinte só tem uma chance para entender o que está sendo dito, devendo ser o texto rebuscado
- D) a instantaneidade do meio, já que o ouvinte só tem uma chance para entender o que está sendo dito, devendo ser o texto coloquial
- E) a impossibilidade do uso de aspas, já que esse é um recurso exclusivo da imprensa escrita, precisando ser reproduzido apenas pela entonação do locutor

54. Ao tratar da edição em *Manual de radiojornalismo*, Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima mostram que é preciso tomar alguns cuidados no uso de sonoras em matérias no rádio. De acordo com as orientações fornecidas pelos autores, para ser selecionada a sonora deve:

- A) não repetir a informação do texto, ter o mínimo de qualidade técnica para ir ao ar e ser o mais opinativa possível
- B) repetir a informação do texto, ter o mínimo de qualidade técnica para ir ao ar e ser o mais opinativa possível
- C) não repetir a informação do texto, ter o mínimo de qualidade técnica para ir ao ar e ser o menos opinativa possível
- D) repetir a informação do texto, ter o mínimo de qualidade técnica para ir ao ar e ser o menos opinativa possível
- E) sempre repetir a informação do texto e ser o menos opinativa possível, não sendo importante ter qualidade técnica para ir ao ar

55. De acordo com o vocabulário descrito por Vera Íris Paternostro em *O texto na TV*, o "resumo de informações de um assunto da pauta que serve para uma atualização sobre o tema" em telejornalismo é chamado de:

- A) cabeça
- B) espelho
- C) audiotape
- D) briefing
- E) cobertura

56. Em *Filosofia da caixa preta*, Vilém Flusser estuda o estatuto que teriam especificamente as imagens técnicas, ou seja, produzidas por aparelhos como a máquina fotográfica. Tais imagens ocupam papel decisivo nos meios de comunicação atualmente. Para Flusser, a objetividade das imagens técnicas é:

- A) necessária
- B) verdadeira
- C) ultrapassada
- D) inquestionável
- E) ilusória

57. Com as conquistas tecnológicas aceleradas que são testemunhadas atualmente, as possibilidades de comunicação têm sofrido diversas alterações, especialmente por intermédio da informática. Enquanto antigas formas para se comunicar perdem o seu valor, outras surgem com grande potência. Este foi o foco central do pensamento de Pierre Lévy em *As tecnologias da inteligência*. Entre os temas dessa obra, está aquilo que conhecemos como "hipertexto". Segundo Lévy, o hipertexto é composto pelos princípios:

- A) de metamorfose; de heterogeneidade; de multiplicidade e de encaixe das escalas; de exterioridade; de topologia; e de mobilidade dos centros
- B) de metamorfose; de homogeneidade; de multiplicidade e de encaixe das escalas; de exterioridade; de topologia; e de mobilidade dos centros
- C) de metamorfose; de heterogeneidade; de unicidade e de desencaixe das escalas; de exterioridade; de topologia; e de mobilidade dos centros
- D) de imutabilidade; de heterogeneidade; de multiplicidade e de encaixe das escalas; de interioridade; de topologia; e de mobilidade dos centros
- E) de metamorfose; de heterogeneidade; de multiplicidade e de encaixe das escalas; de exterioridade; de topologia; e de fixidez dos centros

58. De acordo com Pierre Lévy, em *As tecnologias da inteligência*, o texto clássico, que seguia o modelo analógico, deveria ser lido e interpretado. Já os atuais modelos digitais seriam, por outro lado, explorados sobretudo de forma interativa. Tomando de empréstimo o termo empregado por Jean-Louis Weissberg, Lévy denomina essa dimensão interativa do digital como conhecimento por:

- A) descrição
- B) verificação
- C) simulação
- D) comprovação
- E) fixação

59. O tema da globalização já foi muito abordado ao longo dos últimos anos. Em *O planeta mídia: tendências da comunicação na era global*, Dênis de Moraes trata desse tema ao falar do processo de passagem de "uma memória enraizada em tradições regionais ou locais" para a agregação de "grupos sociais de diferentes continentes, países, etnias, raças, crenças e idiomas" em torno do que ele chama de "símbolos desterritorializados". Essa expressão se justifica pela explicação do autor de que, nesse processo descrito anteriormente, os sentidos de pertencimento:

- A) reafirmam as lealdades nacionais e passam a ser influenciados pelos centros gestores do consumo
- B) descolam-se de lealdades nacionais e passam a ser influenciados pelos centros gestores do consumo
- C) reafirmam as lealdades nacionais e deixam de ser influenciados pelos centros gestores do consumo
- D) descolam-se de lealdades nacionais e deixam de ser influenciados pelos centros gestores do consumo
- E) agregam-se pela primeira vez em torno de tradições regionais ou locais e passam a ser influenciados pelos centros gestores do consumo

60. Como nos conta Nelson Werneck Sodré em *A história da imprensa no Brasil*, o jornal vespertino *Tribuna da Imprensa*, um dos periódicos de importância em sua época, foi fundado na década de 1950 por:

- A) Roberto Marinho
- B) Samuel Wainer
- C) Cipriano Barata
- D) Assis Chateaubriand
- E) Carlos Lacerda