

CONCURSO PÚBLICO

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SEAD

FUNDAÇÃO PARAENSE DE RADIODIFUSÃO – FUNTELPA



EDITAL Nº. 01/2010 CONCURSO C – 156

INSTRUÇÕES

01 - Material a ser utilizado: caneta esferográfica azul ou preta. Os objetos restantes devem ser colocados em local indicado pelo fiscal da sala, inclusive aparelho celular desligado e devidamente identificado com etiqueta.

02 - Não é permitido consulta, utilização de livros, códigos, dicionários, apontamentos, apostilas, calculadoras e etc. Não é permitido ao candidato ingressar na sala de provas sem a respectiva identificação e o devido recolhimento de telefone celular, bip e outros aparelhos eletrônicos.

03 - Durante a prova, o candidato não deve levantar-se, comunicar-se com outros candidatos e nem fumar.

04 - A duração da prova é de 04 (quatro) horas, já incluindo o tempo destinado à entrega do Caderno de Provas e à identificação – que será feita no decorrer da prova – e ao preenchimento da Folha de Respostas (Gabarito).

05 - Somente em caso de urgência pedir ao fiscal para ir ao sanitário, devendo no percurso permanecer absolutamente calado, podendo antes e depois da entrada sofrer revista através de detector de metais. Ao sair da sala no término da prova, o candidato não poderá utilizar o sanitário. Caso ocorra uma emergência, o fiscal deverá ser comunicado.

06 - O Caderno de Provas consta de 40 (quarenta) questões de múltipla escolha. Leia-o atentamente.

07 - As questões das provas objetivas são do tipo múltipla escolha, com 05 (cinco) opções (A a E) e uma única resposta correta.

08 - Ao terminar a conferência do Caderno de Provas, caso o mesmo esteja incompleto ou tenha qualquer imperfeição, o candidato deverá solicitar ao fiscal de sala que o substitua, não cabendo reclamações posteriores neste sentido.

09 - Os fiscais não estão autorizados a emitir opinião e prestar esclarecimentos sobre o conteúdo das provas. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar e decidir.

10 - O candidato poderá retirar-se do local de realização das provas levando o Caderno de Provas, no decurso dos últimos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário previsto para o seu término. O candidato poderá retirar-se do local de provas somente a partir dos 90 (noventa) minutos, após o início de sua realização, contudo não poderá levar consigo o Caderno de Provas.

11- Os 3 (três) últimos candidatos de cada sala somente poderão sair juntos. Caso o candidato insista em sair do local de aplicação da prova, deverá assinar um termo desistindo do Concurso Público e, caso se negue, deverá ser lavrado o Termo de Ocorrência, testemunhado pelos 2 (dois) outros candidatos, pelo fiscal da sala e pelo coordenador da unidade escolar.

RESULTADOS E RECURSOS

- Os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas serão divulgados na Internet, no [site www.idecan.org.br](http://www.idecan.org.br), às 16h00min do dia 28 de junho de 2010.

- Os recursos deverão ser apresentados, conforme determinado no **item 13 do Edital nº. 01/2010**, sendo observados os seguintes aspectos:

a) O candidato que desejar interpor recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas disporá de **48 (quarenta e oito) horas**, a partir da divulgação, em requerimento próprio disponibilizado no link correlato ao Concurso Público no [site www.idecan.org.br](http://www.idecan.org.br).

b) A interposição de recursos poderá ser feita **somente via Internet**, através do **Sistema Eletrônico de Interposição de Recursos**, com acesso pelo candidato ao fornecer os dados referentes à sua inscrição, apenas no prazo recursal ao **IDECAN**, conforme disposições contidas no [site www.idecan.org.br](http://www.idecan.org.br), no link correspondente ao Concurso Público.

O último levantamento do “Politweets” aponta que 391 políticos eleitos no Brasil já aderiram ao Twitter. O número não representa a parcela de políticos presentes na rede de microblogging, visto que muitos estão sem mandato e concorrem ao pleito neste ano. Além disso, há centenas de vereadores nas mais de seis mil cidades brasileiras que ingressam na rede sem se identificar como tal.

Não há como negar, no entanto, que a cada dia, o Twitter ganha novos adeptos na política – seja para quem a faz diretamente ou simplesmente se interessa por ela – e que a ferramenta vem se consolidando como instrumento necessário para o exercício de qualquer cargo público. É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem, socializar uma agenda, divulgar um espaço (blog, site, endereço em redes sociais) e estreitar o relacionamento com a população, permitindo que ela possa acompanhar o dia a dia de seus eleitos.

O Twitter é, portanto, um facilitador para o encontro entre eleitor e eleito (ou postulante ao cargo). Não se trata de uma ferramenta que faça ganhar eleição, mas pode ajudar um candidato a perdê-la para um concorrente que esteja mais próximo do seu público, usando a rede de microblogging.

O desafio é ser ouvido: escândalos afastam o cidadão da política.

A principal função do Twitter na política é aproximar quem quer falar de quem quer ouvir e o grande desafio é ser ouvido. Com um sistema político complexo e de difícil compreensão para quem não tem intimidade com o tema, uma sucessão de escândalos envolvendo toda a sorte de partidos, o desinteresse pela política brasileira é um fato que assusta e cria um perverso círculo vicioso no qual a maioria das pessoas simplesmente detesta política e políticos. Todos são iguais, é comum ouvir, levando ao raciocínio de que a escolha, no fundo, não faz diferença – uma constatação que em última instância ameaça a própria democracia.

A esperança é que o Twitter – ainda não se sabe o real potencial transformador da ferramenta – possa fazer com que os eleitores estejam mais abertos a ouvir quem tem o que dizer sobre política. O sucesso da dinâmica desse contato exige tempo e dedicação. Portanto, uma estratégia de atuação política neste espaço vai muito além dos cinco minutos necessários para criar uma conta na rede de microblogging. É preciso ter um bom conteúdo para conquistar e manter os eleitores –usuários.

Para que possa ser útil para a política e para a democracia, o Twitter exige relacionamento transparente e engajamento de ambas as partes: sociedade e políticos.

(...)

Relacionamento em redes sociais não é como campanha, que tem começo e fim. É um trabalho que não possui prazo para terminar, o que é muito positivo – assim espera-se, visto que ainda não sabemos como será o comportamento dos hoje candidatos, amanhã eleitos.

Com o passar do tempo, a tendência é que os laços entre eleitor e eleito fiquem mais fortes, reduzindo o déficit democrático de nosso atual sistema político e promovendo a necessária participação da população nas decisões do seu representante durante todo o mandato.

O olhar para uma rede planejada e sólida poderá oferecer ao político um grande panorama das necessidades e anseios do pensamento público. Isso permitirá realizar consultas rápidas antes de uma resolução, a participação popular em projetos ainda em discussão ou ainda corrigir os rumos de algo já decidido. A pressão popular via Twitter tende a crescer e ganhar rumos ainda desconhecidos.

Tudo isso, do ponto de vista da comunicação e da estratégia política, exige um plano de implantação e, mais do que tudo, de manutenção em longo prazo.

(...)

(Larissa Squeff é estrategista de política em mídias digitais e redes sociais da Máquina Public Relations. André de Abreu é gestor da Máquina Web, unidade de mídias digitais e redes sociais da Máquina Public Relations, e membro do COM +, grupo de pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais da ECA – USP)

01) “...o Twitter ganha novos adeptos na política...” A mesma regra de acentuação que vale para política, vale também para:

- A) Além. B) Difícil. C) Conteúdo. D) Útil. E) Sólida.

02) A afirmativa em que o sinônimo da palavra destacada está INCORRETAMENTE indicado é:

- A) “... e concorrem ao pleito neste ano”. (1º§) – eleição
B) “... o Twitter ganha novos adeptos na política...” (2º§) – sectários
C) “É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem...” (2º§) – convergir
D) “... a tendência é que os laços entre eleitor e eleito...” (9º§) – propensão
E) “... um grande panorama das necessidades e anseios do pensamento público”. (10º§) – desejos

03) Observe as frases:

1. “... aponta que 391 políticos eleitos...” (1º§)
2. “... que ingressam na rede sem se identificar como tal”. (1º§)
3. “... que a cada dia...” (2º§)

CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

4. "... permitindo que ela possa acompanhar o dia a dia de seus eleitos" (2º§)
5. "... um concorrente que esteja mais próximo de seu público..." (3º§)
6. "É um trabalho que não possui prazo para terminar..." (8º§)
- Nas frases citadas anteriormente o "que" aparece seis vezes; em três delas é pronomes relativo. Assinale-as:
A) 1, 2, 4 B) 2, 5, 6 C) 2, 3, 4 D) 3, 5, 6 E) 1, 4, 6
- 04) A alternativa em que a oração assinalada expressa "causa" é:
A) "... na rede de microblogging, visto que muitos estão sem mandato..."
B) "... que faça ganhar a eleição, mas pode ajudar um candidato a perdê-la..."
C) "... o desinteresse pela política brasileira é um fato que assusta..."
D) "É preciso ter um bom conteúdo para conquistar..."
E) "Para que possa ser útil para a política e para a democracia, o Twitter exige relacionamento transparente..."
- 05) "É uma maneira fácil e rápida de disseminar uma mensagem, socializar uma agenda, divulgar um espaço (blog, site, endereço em redes sociais)..." Nessa frase, as vírgulas foram utilizadas para:
A) Separar vocativos. D) Fazer enumerações.
B) Isolar expressão repetida. E) Separar os apostos.
C) Separar adjuntos adverbiais.
- 06) Assinale a alternativa em que o processo de formação de palavras está indevidamente caracterizado:
A) Desinteresse: derivação prefixal. D) Busca: derivação regressiva.
B) Eleitores-usuários: composição por aglutinação. E) Simplesmente: derivação sufixal.
C) Deslealdade: derivação prefixal e sufixal.
- 07) "... e que a ferramenta vem se consolidando como instrumento necessário..." Se pluralizarmos essa frase a forma verbal "vem" ficará:
A) vêm B) vinham C) vieram D) vêm E) venham
- 08) O pronomes "ela" destacado nas frases têm como referência, respectivamente:
"... simplesmente se interessa por ela..."
"... permitindo que ela possa..."
A) política / ferramenta D) ferramenta / agenda
B) mensagem/ população E) política / população
C) ferramenta / mensagem
- 09) Segundo o texto, o uso do Twitter pode, EXCETO:
A) Trazer uma inovação ao sistema eleitoral.
B) Melhorar a conduta do político em relação à sua plataforma governamental.
C) Ser uma ferramenta decisiva para a vitória eleitoral.
D) Estreitar os laços entre o eleitor e o eleito.
E) Promover a participação efetiva do povo nas decisões do seu governante durante todo o mandato.
- 10) "Relacionamento em redes sociais não é como campanha, que tem começo e fim. É um trabalho que não possui prazo para terminar, o que é muito positivo – assim espera-se, visto que ainda não sabemos como será o comportamento dos hoje candidatos, amanhã eleitos..." No parágrafo anterior verifica-se o emprego de:
A) Linguagem padrão.
B) Linguagem conotativa.
C) Linguagem técnico-científica.
D) Linguagem conotativa em um texto com características jornalísticas.
E) Linguagem denotativa em um texto didático científico.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

- 11) Para exercer sua atividade com competência numa organização, o profissional de Comunicação Institucional precisa conhecer profundamente o mercado ao qual presta serviço, para ter condições de propor o posicionamento mais adequado e/ou vantajoso a seu cliente ou empregador. Quando é necessário apresentar ao mercado um benefício ou uma razão concreta para a compra de um produto ou contratação de um serviço, aborda-se:
A) O posicionamento amplo. D) O desenvolvimento de uma ação promocional.
B) O desenvolvimento de uma proposta de valor. E) O posicionamento de valor.
C) O posicionamento específico.

- 12) O planejamento de marketing recebe a influência, em sua preparação, das expectativas futuras para demandas pelos bens ou serviços de uma organização, no entanto estas expectativas devem ser realistas para que o plano tenha sucesso, enquadrando-se às necessidades do mercado. Sobre estudo da demanda, diversas técnicas podem ser utilizadas pelos especialistas no sentido de ampliar as perspectivas. Uma delas, com métodos qualitativos, a técnica *Delphi*, tem como benefícios e ameaças:
- A) É rápido, simples e as opiniões vêm de especialistas conhecedores da organização, mas é difícil centralizar os dados.
 - B) Dificilmente, os fornecedores de estimativas são ameaçados por pressões do grupo, mas é demorada e cara.
 - C) Levanta estimativas obtidas dos próprios consumidores, com informações detalhadas, mas é superficial, útil apenas quando há um número reduzido e bem definido de clientes potenciais.
 - D) Enfatiza dados mais recentes, atualizados, mas não considera planos de marketing ou mudanças no ambiente.
 - E) Eficiente quando fatores de demanda e ambientes são estáveis, mas não é útil a produtos novos ou inovadores, além de não considerar o presente na análise, acreditando apenas que o futuro é resultado do passado.
- 13) Um gestor de comunicação institucional deve conhecer todas as áreas que integram a assessoria de comunicação, como a assessoria de imprensa que possui, entre outras, as seguintes funções, EXCETO:
- A) Relacionar-se formal e informalmente com pauteiros, repórteres e editores dos veículos de comunicação.
 - B) Organização e atualização constante do *mailing list*.
 - C) Edição de jornais, revistas, sites de notícia e material jornalístico para vídeos.
 - D) Definição das mídias adequadas para as campanhas promocionais.
 - E) Pesquisa e montagem contínua do *clipping*.
- 14) A auditoria de comunicação organizacional é um método de pesquisa em comunicação muito utilizado na construção de um diagnóstico, que será de grande importância para o planejamento em comunicação. Um dos aspectos mais importantes a serem considerados na aplicação de uma auditoria de comunicação organizacional, é o relacionamento entre o consultor e a organização para qual vai trabalhar. Neste caso, o modelo prescritivo significa que:
- A) O cliente apresenta o problema e o consultor realiza a intervenção.
 - B) O consultor detecta o problema e o cliente determina a intervenção.
 - C) O cliente e o consultor realizam a intervenção juntos.
 - D) O consultor realiza a análise e sugere a intervenção que é realizada pelo cliente.
 - E) O consultor realiza tanto o diagnóstico, quanto a intervenção.
- 15) A *Internet* oferece diversas mídias aos profissionais de jornalismo que, embora sejam recentes, já contam com vários estudos sobre a melhor forma de utilização e a linguagem mais adequada. Sobre este tema, analise as afirmativas e marque a INCORRETA:
- A) É aconselhável que cada artigo de *newsletter* ocupe o tamanho de uma única tela no máximo e a separação ocorra com linha de sinais e símbolos, sem a utilização de letras ou números.
 - B) No jornalismo digital, dados, detalhes e informações complexas são assuntos de páginas subsequentes que devem ser inseridas sem nenhuma lógica, ou seja, com ausência de linearidade.
 - C) As principais formas de comercialização publicitária na *Internet* são os anúncios, os classificados *on-line*, a atuação como provedor de acesso e a cobrança de serviços especiais.
 - D) Estudos comprovam que a luz do monitor do computador faz com que o leitor pisque menos os olhos, o que pode resultar numa fadiga visual, portanto a leitura é mais lenta e os textos devem ser mais breves.
 - E) O hipertexto é muito utilizado em suítes, oferecendo *links* para reportagens anteriores relacionadas ao tema ou apresentando informações mais aprofundadas.
- 16) Relacione adequadamente as colunas, especificando os termos com suas respectivas definições acerca do jornalismo em Rádio e TV:
1. *Teaser*.
 2. *Briefing*.
 3. *Feature*.
 4. *Gilete-press*.
 5. *Deadline*.
- () Reportagem que aborda tema de grande interesse, mas que não diz respeito aos acontecimentos do dia a dia.
 - () Resumo de informações de um assunto referente à pauta, atualizando e detalhando melhor o tema.
 - () Prazo final para o repórter retornar à emissora com uma reportagem a tempo de entrar no ar.
 - () Chamada breve e instigante que objetiva promover uma notícia ou um programa que vem a seguir.
 - () Expressão pejorativa que significa reproduzir na íntegra, notícias de jornais ou revistas em programas de rádio.
- A sequência está correta em:
- A) 3, 2, 5, 1, 4
 - B) 2, 3, 1, 5, 4
 - C) 3, 1, 5, 4, 2
 - D) 4, 2, 1, 5, 3
 - E) 1, 5, 2, 4, 3

CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

- 17) No processo comunicativo, a conversão de uma mensagem em um grupo de símbolos que representam imagens ou conceitos é denominada:
- A) Codificação. D) Ruído.
B) *Feedback*. E) Estratégia de expansão.
C) Decodificação.
- 18) Um dos momentos mais importantes do estudo teórico em comunicação foi a década de 1940, do século XX, quando Adorno e Horkheimer criaram o conceito de indústria cultural, estabelecendo que:
- A) A cultura deve se estender a outras disciplinas das ciências humanas, como a antropologia, a história, a literatura e a psicanálise.
B) A cultura e seu caráter revolucionário impulsionam o capitalismo, transformando continuamente as forças produtivas.
C) A cultura promove o estudo do raciocínio prático do senso comum em situações rotineiras de ação, gerando uma perspectiva racional adequada ao mundo capitalista.
D) A cultura é uma rede complexa de significações, conferindo um sentido comum ou público, enfocando seus comportamentos individuais, de forma a não ser um instrumento de poder, mas de relacionamento casual.
E) A produção cultural tem papel mercadológico e seus produtos são analisados pela mesma ótica de organização e planejamento administrativo de uma fabricação de produtos em séries tradicionais.
- 19) Ao elaborar um anúncio com o mesmo formato das matérias editoriais de um veículo para ser publicado em espaço adquirido, o profissional de Comunicação Institucional estará produzindo um:
- A) *Release*. D) *Merchandising*.
B) *Newsmatte*. E) Anúncio cooperado.
C) Publieditorial.
- 20) O composto de comunicação de marketing é formado pela propaganda, promoção de vendas, relações públicas, venda pessoal e marketing direto. Dentre as afirmativas, marque a que apresenta INCORRETAMENTE a relação ferramenta/modos de comunicação:
- A) Encartes em embalagens, anuários e *display* de pontos de venda = propaganda.
B) Feiras, convenções, exposições e cuponagem = promoção de vendas.
C) Programas de incentivo, distribuição de amostras e convenções = venda pessoal.
D) Catálogos, anúncios impressos, logos e *e-mail* = marketing direto.
E) Seminários, patrocínios, *lobbying* e mídias especiais = relações públicas.

CONHECIMENTOS GERAIS

- 21) Em ano de Copa do Mundo de Futebol vale salientar que este esporte foi introduzido no Brasil no fim de 1894, por:
- A) John Mills. D) Richard.
B) Charles Miller. E) Archie Mclean.
C) Charles Rudge.
- 22) “A partir do tratado *Princípios do Equador (2002)*, surgiram as intervenções reais do setor econômico na questão da preservação da natureza. Empresas de diversos ramos de atividade descobriram que destruir a natureza é reduzir seus próprios lucros.” Identifique abaixo, a informação que se torna INCOERENTE com esta assertiva:
- A) Supermercados Pão de Açúcar investiram em iniciativas sustentáveis como: uso de lâmpadas LED e carrinhos de garrafas pet recicladas.
B) A Sadia transformou os dejetos dos porcos de suas fazendas em adubo e depois em energia elétrica.
C) A General Electric lançou a linha Ecomagination com diversos produtos que vão de lâmpadas fluorescentes a motores de trem.
D) A Ford do Brasil adota volantes e painel frontal de garrafas usinadas.
E) A petroquímica Braskem no Rio Grande do Sul criou um polietileno feito com cana-de-açúcar.
- 23) Em 2009, o jornal *Pasquim* completou 40 anos e é de um cartunista deste jornal a seguinte frase: “*Não adianta bater no humor, quem bate no humor, leva o humor de volta como resposta.*” O autor dessa frase é:
- A) Ziraldo. B) Juarez Pinto. C) Nani. D) Jaguar. E) Henfil.
- 24) Lançado em 2005, o TMZ é hoje um dos mais conhecidos websites sobre fama, ou como eles mesmo dizem “*fofocas sobre celebridades.*” Das notícias veiculadas pelo TMZ, abaixo relacionadas, marque a INCORRETA:
- A) Morte do astro pop Michael Jackson.
B) Prisão do ator Mel Gibson, embriagado.
C) Fotos da cantora Rihanna, agredida pelo namorado.
D) Fatos misteriosos sobre políticos brasileiros.
E) Áudio da secretária eletrônica de Alec Baldwin, o ator falando mal da filha.

CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

- 25) Ary Moraes é jornalista com diversos prêmios de excelência gráfica e outros tantos nos principais salões de humor do nosso país. Trata-se do jornalismo visual do Brasil, onde a imagem contribui para a narrativa, no sentido de enfatizar determinados aspectos do relato. O uso deste recurso denomina-se:
- A) Literatura. B) Infografia. C) Ilustrativa real. D) Humoral. E) Pragmáticas.
- 26) Este ano (2010), no Brasil, haverá eleição para Presidente da República e teremos uma candidata ambientalista, natural do Acre e que iniciou sua carreira política com Chico Mendes. Identifique-a:
- A) Dilma Rousseff. D) Ana Júlia
B) Marina Silva. E) Ana Godoy.
C) Marta Suplicy.
- 27) Dados do MEC revelam que um, em cada cinco novos alunos de graduação no país, ingressa em cursos de Ensino a Distância (EAD). Sobre EAD, analise:
- I. A metodologia utilizada oferece maior autonomia e o aluno governa mais o seu processo.
II. O MEC vem atuando fortemente, supervisionando a oferta destes cursos para que a expansão não seja apenas quantitativa, mas também qualitativa.
III. Os alunos que fazem curso a distância tem contato personalizado com os professores e tutores, por meios eletrônicos como fóruns virtuais, chats, e-mails ou até mesmo por telefone.
IV. O MEC orienta que os cursos devem ter estrutura física mínima, que inclui bibliotecas, laboratórios de informática e laboratórios pedagógicos, para os polos presenciais.
- Estão corretas apenas as afirmativas:
- A) I, II, III, IV B) II, III, IV C) I, II, III D) I, III, IV E) II, IV
- 28) O Brasil é reconhecido mundialmente por seu patrimônio. É um espetáculo de cultura, histórias e belezas naturais, tais como, EXCETO:
- A) Arte gráfica e pintura corporal dos índios Wajãpi.
B) Pantanal Matogrossense.
C) Parque Nacional do Cantagalo / Nordeste.
D) Santuário do Bom Jesus em Congonhas / Minas Gerais.
E) Centro Histórico de Salvador / Bahia.
- 29) “Viajar ficou mais barato.” Esta é a máxima das empresas de turismo, e os destinos mais procurados pelos brasileiros no exterior são:
- A) Orlando e Buenos Aires. D) Paris e Los Angeles.
B) Nova York e Canadá. E) Chile e Istambul.
C) Joanesburgo e França.
- 30) “O conflito no Oriente Médio perpetua-se porque não apareceu uma força capaz de romper a seguinte lógica: Israel usa o terror palestino para justificar sua brutalidade, enquanto os palestinos apelam para a opressão israelense para legitimar seus crimes.” (Ana Claudia Fonseca, para revista Veja)
- A operação desastrosa para impedir um navio de furar o bloqueio à Faixa de Gaza foi comandada por:
- A) Paquistão. D) Estocolmo.
B) Israel. E) Malásia.
C) Istambul.

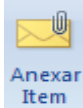
INFORMÁTICA BÁSICA

- 31) Sobre a utilização de teclas de atalho no sistema operacional Windows XP (configuração padrão), analise:
- I. Windows + E – Abre o Windows Explorer.
II. Ctrl + T – Seleciona todos os arquivos e pastas de um diretório.
III. Ctrl + I – Imprime um arquivo selecionado.
IV. Alt + F4 – Fecha o item ou programa ativo.
- Estão corretas apenas as afirmativas:
- A) I, II, III, IV B) I, II, IV C) I, III, IV D) I, II E) I, IV
- 32) Sobre os conceitos básicos de hardware e software, é correto afirmar que:
- A) Digitalizador ou Scanner é um periférico de entrada e saída responsável por digitalizar imagens, fotos e textos impressos para o computador.
B) Memória RAM é um item de software imprescindível para o funcionamento de um microcomputador.
C) A principal característica de impressoras multifuncionais é reunir, em um único equipamento, diversas funcionalidades que antes eram segregadas em dispositivos independentes, como impressora, copiadora e scanner.
D) A capacidade de armazenamento é a principal característica que determina o desempenho de um microprocessador.
E) USB, serial e paralela são interfaces válidas para conexão de teclados.

CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

33) Sobre a utilização do gerenciador de correio Microsoft Outlook (versão 2007 – configuração padrão), analise:

- I. Na opção de endereçamento de mensagens “Cco...” (Com cópia oculta) uma cópia da mensagem é enviada para um ou mais destinatários e os nomes destes não ficam visíveis para outros destinatários da mensagem.
- II. O protocolo POP3 é o responsável pelo envio das mensagens e deve ser configurado no Microsoft Outlook.
- III. O Microsoft Outlook possui opção “Solicitar confirmação de leitura”, que possibilita saber quando a mensagem foi lida pelo destinatário.



- IV. A ferramenta **Anexar Item** possibilita anexar cópias de arquivos (documentos do Word, Excel etc.) de locais específicos do computador.

Estão corretas apenas as afirmativas:

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

34) A extensão padrão de arquivos do Microsoft PowerPoint (versão 2007 – configuração padrão) é:

- A) .ppt B) .pptx C) .pps D) .ppt E) .mdb

35) Sobre o conjunto de aplicativos do BrOffice.org 2.4, analise:

- I. A extensão padrão de arquivos do BrOffice.org Calc é .ods.
- II. BrOffice.org Slider é o nome da ferramenta utilizada para construção de apresentações similares as do Microsoft PowerPoint.
- III. O editor de Textos BrOffice.org Writer pode salvar documentos com extensão .doc, tornando o mesmo compatível com o Microsoft Word.
- IV. O editor de Textos BrOffice.org Writer possui recurso para exportar um documento diretamente como pdf, formato Adobe Acrobat.

Estão corretas apenas as afirmativas:

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

36) No sistema operacional Windows XP Professional (configuração padrão), sobre a ferramenta de Sistema “Backup”, é INCORRETO afirmar que:

- A) Um backup de arquivo é uma cópia de um arquivo armazenada em um local separado do original. Pode-se ter vários backups de um arquivo para acompanhar as alterações feitas.
- B) No aplicativo de backup, é possível o agendamento de data e hora para a realização de um backup.
- C) A recuperação de dados a partir de um arquivo de backup é denominada restauração.
- D) A extensão de um arquivo do aplicativo de backup do Windows é .bkf.
- E) “Criar ponto de restauração” é uma opção válida do assistente de backup do Windows.

37) Analise o fragmento de planilha do Microsoft Excel (versão 2007 – configuração padrão):

	A	B	C	D	E
1	4	2	3	2	
2	2	3	5	4	
3	3	4	3	3	
4	3	1	2	4	
5					

Ao se aplicar na célula E5, a fórmula =SE(MÉDIA(A1;D4)<=3;A4+C1;D2+A3), o resultado será o seguinte valor:

- A) 2 B) 3 C) 6 D) 7 E) 9

38) Sobre a utilização de ferramentas de navegação da Internet, analise:

- I. Um navegador, também conhecido como web browser ou simplesmente browser, é um programa de computador que habilita seus usuários a interagirem com documentos virtuais da Internet, também conhecidos como páginas da web.
- II. Internet Explorer, Mozilla Firefox e Debian são exemplos de navegadores de internet.
- III. Uma URL (*Uniform Resource Locator*) em português, Localizador Padrão de Recursos, é o endereço de um recurso (um site, arquivo para download etc.), disponível em uma rede; seja a Internet ou uma rede corporativa, uma intranet.
- IV. Upload é o processo de transferência de uma cópia de arquivo em um computador remoto para um computador local, utilizando a estrutura de rede da internet.


Estão corretas apenas as afirmativas:

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


CONCURSO PÚBLICO – SEAD/FUNTELPA

39) Sobre o Microsoft Word 2007 (configuração padrão), é INCORRETO afirmar que:

A) Sua extensão de arquivo padrão é .doc.

B) O ícone  da guia “Inserir” tem a função de inserir símbolos.

C) O comando “Salvar como...” possibilita salvar documentos em versões anteriores do Microsoft Word.

D) O ícone  da guia “Revisão” tem a função de verificar a ortografia e gramática do texto no documento.

E) A combinação das teclas Ctrl+L é um atalho para o comando “Localizar e substituir”.

40) Na ferramenta Windows Explorer do sistema operacional Windows Vista Business (configuração padrão), são Modos de Exibição de Arquivos, EXCETO:

A) Lado a lado.

B) Detalhes.

C) Lista.

D) Ícones pequenos.

E) Modificados recentemente.