



COMUNICAÇÃO SOCIAL / JORNALISMO

Nome do(a) Candidato(a): _____

Nº de Inscrição: _____

Assinatura _____

PROVA TIPO 1 (CAPA AMARELA)

MARQUE O TIPO DE PROVA ACIMA NO SEU CARTÃO RESPOSTA. MARCAÇÃO INCORRETA OU **NÃO MARCAÇÃO** DO TIPO DE PROVA NO **CARTÃO RESPOSTA**, SÃO DE INTEIRA RESPONSABILIDADE DO CANDIDATO, IMPLICANDO NA SUA **ELIMINAÇÃO**.

INSTRUÇÕES AO CANDIDATO

1. Confira se, além desta **PROVA**, você recebeu o seu **CARTÃO RESPOSTA**, destinado à marcação das respostas das questões e o **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO**, destinado à transcrição definitiva do seu texto.
2. Confira se o seu nome e data de nascimento constam no seu **CARTÃO RESPOSTA** e no **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO**, que você recebeu. Em caso de erros comunique imediatamente ao fiscal de sala, para que este proceda o registro na Ata de Sala, que deverá ser assinada por você, ao lado da modificação.
3. Somente em caso de urgência peça ao fiscal para ir ao banheiro, sempre acompanhado do fiscal itinerante, **devendo, no percurso, permanecer absolutamente calado**, podendo, nesse momento, sofrer revista com detectores de metais. Ao término da sua prova, você não poderá mais utilizar o banheiro.
4. É obrigatório que você preencha e assine o cabeçalho desta prova, assine a **LISTA DE PRESENÇA** e o **CARTÃO RESPOSTA**, do mesmo modo como está assinado no seu documento de identificação.
5. Você deverá permanecer, obrigatoriamente, no local de realização da sua prova, por, no mínimo, 01 (uma) hora após o seu início, e somente poderá retirar-se levando sua prova, nos últimos 60 (sessenta) minutos do horário determinado para o término da prova.
6. O **CARTÃO RESPOSTA** é o único documento válido para o processamento de suas respostas, assim como o **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO** é o único documento considerado para a correção de sua redação.
7. A marcação do **CARTÃO RESPOSTA** e a transcrição definitiva da redação para o **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO**, devem ser feitas somente com caneta esferográfica de tinta preta ou azul, marcações a lápis não serão consideradas.
8. Você deverá transcrever o seu texto definitivo para o **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO**, não sendo válido para correção o rascunho da prova. Ao ser entregue, esse Formulário **não poderá conter sua identificação** e o texto deverá **iniciar na linha número 1**, caso contrário, o candidato não será pontuado na Redação.
9. Em hipótese alguma haverá substituição do **CARTÃO RESPOSTA** e (ou) do **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO** por erro do candidato. A substituição só será autorizada se for constatada falha de impressão.
10. Os **três últimos candidatos deverão permanecer em sala** aguardando até que todos concluam a prova para assinarem a ata de sala e saírem conjuntamente.
11. O **saco plástico recebido para guarda do material** deverá, **obrigatoriamente**, ser colocado embaixo de sua carteira. O **descumprimento** dessa medida, assim como de outras constantes no Comunicado 0! SEBRAE, e nesta capa de prova, **implicará na sua eliminação**, constituindo tentativa de fraude.

Boa Prova!

REDAÇÃO

O texto motivador da prova de língua portuguesa trata do NISA, programa por meio do qual o SEBRAE Pará apoia, com oferta de capacitação e aproximação com potenciais investidores, empreendedores/empreendedoras que tenham seus projetos inscritos. Em um texto em prosa, escreva sobre

a importância de iniciativas como o NISA para o desenvolvimento sustentável e o fortalecimento da economia paraense.

* Sua redação deverá ter, no mínimo, 20 linhas e, no máximo, 30; * *Textos em versos, rasurados, escritos a lápis ou com letra ilegível **NÃO** serão aceitos;* * O espaço abaixo é para **rascunho**, porém, o texto definitivo deverá ser, obrigatoriamente, transcrito no **FORMULÁRIO DE REDAÇÃO** fornecido especificamente para esse fim; * Em nenhuma hipótese, poderá ter identificação do candidato no Formulário de Redação; *Este rascunho não será considerado para correção de sua Redação.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

Leia atentamente o texto a seguir para responder às questões de 01 a 08.

SEBRAE Pará lança Programa Negócios de Impacto Socioambiental

Projeto irá selecionar até 30 iniciativas de negócios de impacto que tenham como foco de atuação a resolução de problemáticas socioambientais

01 A quarta edição do Programa Negócios de Impacto Socioambiental (NISA),
02 promovido pelo SEBRAE Pará, foi lançado nesta quinta-feira (19), na sede da instituição em
03 Belém. O NISA estará com as inscrições abertas até o dia 27 de abril e o edital pode ser
04 acessado por meio do Portal do SEBRAE Pará. A ativista social e fundadora da ONG Olhar
05 de Bia, Bia Martins, conversou com os participantes sobre sua trajetória profissional,
06 abordando vários temas, como mercado, saúde mental, desafios, oportunidades e
07 motivação profissional.

08 A programação contou com a palestra “Ecossistema Nacional de Negócios de
09 Impacto”, ministrada pela especialista em investimentos e negócios
10 socioambientais,

11 Vivian Rúbia Ferreira, e foi acompanhada pela assessora especial da Secretaria Estadual
12 de Meio Ambiente e Sustentabilidade (Semas), na ocasião representando o titular do
13 órgão, Mauro Ó de Almeida; pelo secretário executivo de Mudanças Climáticas da
14 Prefeitura de Belém, Sérgio Brazão, e pelas empreendedoras Dona Nena e Prazeres dos
15 Santos.

16 O projeto irá selecionar até 30 iniciativas de negócios de impacto que tenham como
17 foco de atuação a resolução de problemáticas socioambientais das ilhas de Belém. Podem
18 se inscrever microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas, cooperativas
19 e pessoas com ideias inovadoras no segmento socioambiental.

20 O desenvolvimento dos negócios se dará por meio de trilha de formação
21 empreendedora, durante oito semanas, período em que os empreendedores receberão
22 suporte de especialistas, mentorias, capacitações e ferramentas necessárias para
23 consolidarem as ideias e formatarem os negócios.

24 “As ilhas de Belém são parte integrante do bioma amazônico e podem contribuir
25 para que as comunidades locais que ali vivem tenham qualidade de vida,
26 contribuindo, assim, para a manutenção da floresta em pé e mitigação das alterações
27 climáticas”, pontuou o gerente da Unidade de Sustentabilidade e Inovações do SEBRAE
28 Pará, Renato Coelho.

29 “O desenvolvimento sustentável da Amazônia é prioridade estratégica para o
30 SEBRAE Pará. O objetivo é capacitar os pequenos negócios a trabalharem com o conceito
31 da floresta em pé”, destacou a diretora técnica do SEBRAE no Pará, Domingas Ribeiro.

32 Suane Barreirinhas, proprietária da Negritar Filmes, produtora de audiovisual com
33 impacto social, fala sobre a importância de iniciativas como o NISA e das perspectivas
34 profissionais. “A comunicação precisa gerar impacto dentro dos territórios e fazer
35 Transformação social. É importante o SEBRAE abrir esse espaço para entender o
comportamento dos empresários e dos pequenos negócios da Amazônia”, frisa.

Disponível em <https://www.oliberal.com/economia/sebrae-para-lanca-programa-negocios-de-impacto-socioambiental-1.670755> Acessado em 14/07/2023. Texto adaptado.

01 A função da linguagem que predomina no texto é a

(A) referencial.

(B) apelativa.

(C) fática.

(D) conativa.

02 A palavra sublinhada é preposição em

- (A) A ativista social e fundadora da ONG Olhar de Bia, Bia Martins, conversou com os participantes sobre sua trajetória profissional, abordando vários temas, como mercado, saúde mental, desafios, oportunidades e motivação profissional (linhas 04 a 07).
- (B) O projeto irá selecionar até 30 iniciativas de negócios de impacto que tenham como foco de atuação a resolução de problemáticas socioambientais das ilhas de Belém (linhas 15 e 16).
- (C) O objetivo é capacitar os pequenos negócios a trabalharem com o conceito da floresta em pé", destacou a diretora técnica do Sebrae no Pará, Domingas Ribeiro (linhas 29 e 30).
- (D) Suane Barreirinhas, proprietária da Negritar Filmes, produtora de audiovisual com impacto social, fala sobre a importância de iniciativas como o NISA e das perspectivas profissionais (linhas 31 a 33).

03 O enunciado *Podem se inscrever microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas, cooperativas e pessoas com ideias inovadoras no segmento socioambiental* (linhas 16 a 18) é um caso de

- (A) pleonismo.
- (B) ordem inversa.
- (C) conotação.
- (D) discurso direto.

04 As informações constantes do quarto parágrafo do texto – *O desenvolvimento dos negócios se dará por meio de trilha de formação empreendedora, durante oito semanas, período em que os empreendedores receberão suporte de especialistas, mentorias, capacitações e ferramentas necessárias para consolidarem as ideias e formatarem os negócios* (linhas 19 a 22) – se referem

- (A) à metodologia a ser seguida no NISA.
- (B) aos motivos para a criação do NISA.
- (C) aos princípios da criação do NISA.
- (D) à importância do NISA para o Pará.

05 Os dois primeiros parágrafos do texto acima são, predominantemente,

- (A) narrativos.
- (B) descritivos.
- (C) expositivos.
- (D) argumentativos.

06 Em *A ativista social e fundadora da ONG Olhar de Bia, Bia Martins, conversou com os participantes sobre sua trajetória profissional, abordando vários temas, como mercado, saúde mental, desafios, oportunidades e motivação profissional* (linhas 04 a 07), a relação entre a informação sublinhada e seu referente se dá por

- (A) anáfora.
- (B) coordenação.
- (C) subordinação.
- (D) catáfora.

07 Em *A programação contou com a palestra “Ecossistema Nacional de Negócios de Impacto”, ministrada pela especialista em investimentos e negócios socioambientais, Vivian Rúbia Ferreira, e foi acompanhada pela assessora especial da Secretaria Estadual de Meio Ambiente e Sustentabilidade (Semas), na ocasião representando o titular do órgão, Mauro Ó de Almeida; pelo secretário executivo de Mudanças Climáticas da Prefeitura de Belém, Sérgio Brazão, e pelas empreendedoras Dona Nena e Prazeres dos Santos* (linhas 08 a 14), o termo sublinhado é sinônimo de

- (A) seguida.
- (B) assistida.
- (C) aprovada.
- (D) proposta.

08 Em *A ativista social e fundadora da ONG Olhar de Bia*, Bia Martins, conversou com os participantes sobre sua trajetória profissional, abordando vários temas, como mercado, saúde mental, desafios, oportunidades e motivação profissional (linhas 04 a 07), as vírgulas antes e depois do nome da palestrante indicam

- (A) vocativo.
- (B) ênfase.
- (C) hesitação.
- (D) aposto.

RACIOCÍNIO LÓGICO

09 Duas atividades semanais serão ofertadas, de forma periódica, durante todo o ano. A **Atividade A** será realizada **a cada quatro semanas**, enquanto que a **Atividade B**, **a cada três semanas**. Ambas **serão ofertadas logo na primeira semana do ano**, de modo que o calendário de atividades será

- Atividade A: semana 1; semana 5; semana 9; ...
- Atividade B: semana 1; semana 4; semana 7; ...

Considerando o ano como sendo de 52 semanas, o número de semanas em que não será realizada nenhuma das duas atividades será

- (A) 26.
- (B) 24.
- (C) 20.
- (D) 12.

10 Em uma determinada ação social, foram realizadas 10 oficinas, para um grupo de 99 mulheres e 81 homens. Cada pessoa se inscreveu, necessariamente, em **ao menos uma oficina**. Partindo dessa premissa, é correto garantir que houve

- (A) ao menos uma oficina com 19 inscritos.
- (B) uma oficina com ao menos 9 mulheres inscritas e ao menos 9 homens inscritos.
- (C) uma oficina com ao menos 10 mulheres inscritas e ao menos 8 homens inscritos.
- (D) ao menos uma oficina com 10 mulheres inscritas e ao menos uma oficina com 9 homens inscritos.

11 Considerando a sequência numérica

(1, 2, 3, 4, 1, 1, 2, 2, 3, 3, 4, 4, 1, 1, 1, 2, 2, 2, ...),

é correto afirmar que seu 83º termo será o número

- (A) 1.
- (B) 2.
- (C) 3.
- (D) 4.

12 A assertiva

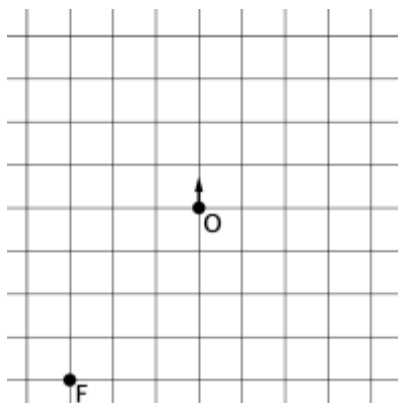
“Em todos os dias chuvosos, há trovões e ventania.”

é negada pela afirmação

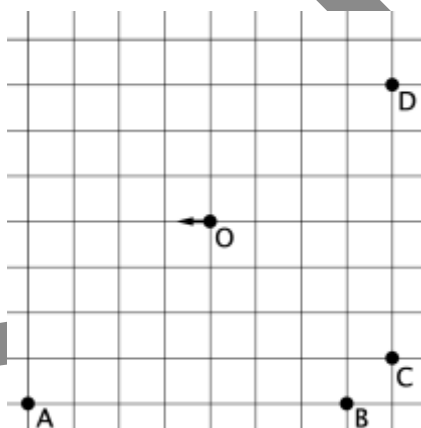
- (A) *“Existe um dia chuvoso em que não há trovões e nem há ventania”.*
- (B) *“Existe dia chuvoso em que não há trovões ou não há ventania”.*
- (C) *“Em todos os dias não chuvosos não há trovões e nem ventania”.*
- (D) *“Em nenhum dia chuvoso, há trovões e ventania”.*

RASCUNHO

13 A figura abaixo apresenta as quadras de uma região, em que as ruas são representadas pelas linhas. Uma pessoa que se encontrava no ponto **O** inicia sua caminhada na direção apontada pela seta e, após seguir uma sequência de comandos do tipo “andar uma quadra à frente”, “virar à esquerda” ou “virar à direita”, chega até o ponto **F**.



Se a pessoa iniciar sua caminhada a partir do mesmo ponto **O**, mas agora na direção apontada na figura abaixo e realizar **a mesma sequência de comandos** que fizera em sua primeira caminhada,



findará sua caminhada no ponto

- (A) A.
- (B) B.
- (C) C.
- (D) D.

14 Ao caminhar por uma região de ruas paralelas e perpendiculares com quadras retangulares, uma pessoa parte de certa esquina e perfaz a seguinte sequência de comandos:

- ande dois quarteirões à frente;
- vire à direita;
- ande três quarteirões à frente;
- vire à esquerda;
- ande um quarteirão à frente.

Assim, chega ao seu destino final. Para retornar **de volta ao ponto de partida**, a pessoa então se posiciona em seu ponto de chegada, dá meia-volta, apontando para a direção de onde veio, e deve seguir a sequência de passos:

- (A) “ande dois quarteirões para trás”, “vire à esquerda”, “ande três quarteirões para trás”, “vire à direita”, “ande um quarteirão para trás”.
- (B) “ande um quarteirão à frente”; “vire à direita”; “ande três quarteirões à frente”; “vire à esquerda”; “ande dois quarteirões à frente”.
- (C) “ande um quarteirão para trás”; “vire à direita”; “ande três quarteirões para trás”; “vire à esquerda”; “ande dois quarteirões para trás”.
- (D) “ande um quarteirão à frente”; “vire à esquerda”; “ande três quarteirões à frente”; “vire à direita”; “ande dois quarteirões à frente”.

15 Morando na mesma casa, João, Maria, Tereza e Paulo, para poderem viabilizar suas diversas atividades, estabelecem o seguinte acordo, que é cumprido por todos à risca:

“No dia em que João vai ao mercado e Maria vai à academia, Paulo fica em casa o dia inteiro e Tereza pode fazer plantão no hospital.”

Certo dia, Paulo se encontra com João no mercado. Neste dia, é correto concluir, a partir das informações descritas, que

- (A) Maria não vai à academia.
- (B) Maria vai à academia.
- (C) Tereza pode fazer plantão no hospital.
- (D) Tereza não pode fazer plantão no hospital.

16 Em certo período, são ofertados simultaneamente três cursos: *Excelência Empresarial*, *Gestão de Equipes*, e o de *Formação de Preços*. Os cursos são ofertados em horários diferentes, de modo que qualquer cidadão pode se matricular até nos três cursos, se assim o desejar. Verificou-se, então, que

- 168 pessoas se inscreveram em ao menos um curso;
- 100 pessoas se inscreveram no curso de *Formação de Preços*;
- 90 pessoas se inscreveram no curso de *Gestão de Equipes*;
- 84 pessoas se inscreveram no curso de *Excelência Empresarial*;
- 46 pessoas se inscreveram nos cursos de *Excelência Empresarial* e de *Gestão de Equipes*;
- 40 pessoas se inscreveram nos cursos de *Excelência Empresarial* e de *Formação de Preços*;
- 36 pessoas se inscreveram nos cursos de *Gestão de Equipes* e de *Formação de Preços*

Com base nessas informações, é correto afirmar que o número de pessoas que se inscreveram em **exatamente dois cursos** é igual a

- (A) 120.
- (B) 90.
- (C) 74.
- (D) 42.

RASCUNHO

INFORMÁTICA

17 Considerando as quatro liberdades do software livre, é correto afirmar que a

- (A) utilização do software, sem a necessidade de pagar por isso, é condição suficiente para que este software seja considerado livre.
- (B) utilização, estudo e melhoria do software são condições necessárias para que este software seja considerado livre.
- (C) redistribuição e melhoria do software são condições suficientes para que este software seja considerado livre.
- (D) utilização e proibição de qualquer tipo de monetização são condições necessárias para que este software seja considerado livre.

18 O WhastApp é um aplicativo para Smartphone que também pode ser utilizado em computadores pessoais na versão WhatsApp Web. Na configuração padrão, para ativar o WhatsApp Web, o usuário utiliza a autenticação por

- (A) login e senha.
- (B) assinatura digital.
- (C) certificado digital.
- (D) QR Code.

19 No programa Microsoft PowerPoint 365, versão desktop em português (Brasil) para Windows, para criar um novo slide e iniciar a apresentação, os seguintes atalhos de teclado podem ser utilizados:

- (A) Ctrl+M e F5
- (B) Ctrl+P e Ctrl+N
- (C) Shift+Ctrl+C e Shift+F5
- (D) Ctrl+N e F10

20 No programa Microsoft Teams, versão online padrão, durante a realização de uma videoconferência, o programa possui os recursos de

- (A) levantar a mão e gravação, mas não o de chat.
- (B) legendas ao vivo e plano de fundo personalizado, mas não o de gravação.
- (C) plano de fundo personalizado e gravação, mas não o de Língua Brasileira de Sinais.
- (D) Língua Brasileira de Sinais e chat, mas não o de plano de fundo personalizado.

21 Nas opções de pesquisa do correio eletrônico Gmail, é possível filtrar e-mails pelo seu tamanho. Neste caso, as unidades de medida disponíveis para o filtro são

- (A) Bits, Bytes, KB.
- (B) Bytes, KB, MB.
- (C) Bytes, KB, MB, GB.
- (D) Bits, Bytes, KB, MB, GB.

22 No sistema operacional Windows 10, é possível organizar os arquivos de uma pasta utilizando a funcionalidade ordenação de arquivos. Neste caso, é correto afirmar que na ordenação crescente

- (A) o arquivo com nome 10COMPLICADO.TXT precede o arquivo com nome COMPLICADO.TXT.
- (B) o arquivo com nome RELATÓRIO.PDF precede o arquivo com nome ANOTAÇÕES.PDF
- (C) o arquivo com nome ANOTAÇÕES.TXT precede o arquivo com nome 10COMPLICADO.TXT.
- (D) o arquivo com nome \$FINANCEIRO.PDF precede o arquivo com nome 10COMPLICADO.PDF.

RASCUNHO

CONHECIMENTO SEBRAE

23 O Código de Ética do Sistema SEBRAE estabelece que é vedado aos conselheiros, diretores, empregados, estagiários, bem como fornecedores e parceiros que, de forma direta ou indireta, se relacionem com o sistema SEBRAE “receber qualquer tipo de presente, ajuda financeira, gratificação, prêmio, comissão, doação ou vantagem de qualquer espécie... para o cumprimento de suas atividades ou para influenciar outro empregado do Sistema SEBRAE para o mesmo fim”. Para o cumprimento dessa determinação, não são considerados presentes os brindes com valores menores ou iguais a

- (A) R\$ 500,00.
- (B) R\$ 400,00.
- (C) R\$ 200,00.
- (D) R\$ 100,00.

24 O Código de Ética do Sistema SEBRAE estabelece que é/são direito(s) de todos os seus dirigentes, empregados e estagiários

- (A) votar e ser votado para os cargos compatíveis com o grau de escolaridade do cargo ou função que ocupa.
- (B) estabelecer interlocução livre com colegas e superiores, podendo expor ideias, pensamentos e opiniões, inclusive para discutir aspecto controverso.
- (C) trabalhar em ambiente informatizado, que preserve o sigilo das informações dos usuários e a integridade física e psicológica e o equilíbrio entre a vida profissional e familiar.
- (D) possuir Plano de Saúde, Auxílio Alimentação, Vale Transporte, Plano de Previdência Privada, Seguro de Vida em Grupo e Plano Psicológico.

25 A Política de Privacidade e Tratamento de Dados Pessoais do Sistema SEBRAE, em sua versão 2.0 de 25/08/2022, estabelece que, a princípio, os dados pessoais **cadastrais** coletados devem ser armazenados em ambiente seguro e controlado por prazo mínimo de

- (A) 10 anos após o término da relação.
- (B) 8 anos após o término da relação.
- (C) 6 anos após o término da relação.
- (D) 4 anos após o término da relação.

26 O Manual de Planejamento, Gerenciamento, Monitoramento e Avaliação da Estratégia, refere-se a um conjunto de atividades repetidas de maneira recorrente, estruturadas e desenhadas para produzir um resultado específico para um determinado cliente, como um processo de

- (A) controle.
- (B) planejamento.
- (C) negócio.
- (D) autonomia.

27 O Estatuto Social do SEBRAE/PA estabelece que um de seus associados, ditos instituidores, é a

- (A) Universidade Federal do Pará (UFPA).
- (B) Federação da Agricultura e Pecuária do Pará (FAEPA).
- (C) Câmara dos Dirigente Lojistas do Pará (CDL-PA).
- (D) Associação dos Empreendedores Paraenses (ASEPA).

28 Na estrutura organizacional do SEBRAE/PA, de acordo com o seu Regimento Interno, aprovado pela Resolução CDE Nº 004/2023, o Comitê de Compliance faz parte

- (A) do seu Conselho Deliberativo Estadual.
- (B) do seu Conselho Fiscal.
- (C) da sua Unidade de Proteção de Dados e Controle Interno (UPDCI).
- (D) da sua Assessoria Jurídica Institucional.

29 O Regimento Interno do SEBRAE/PA, aprovado pela Resolução CDE Nº 004/2023, estabelece que a atribuição de gerir prestadores de serviços credenciados juntos à Instituição, na prestação de serviços de instrutoria e consultoria ao cliente, é de responsabilidade da

- (A) Unidade de Administração e Suprimentos (UAS).
- (B) Comissão Permanente de Licitação (CPL).
- (C) Unidade de Relacionamento Empresarial (URE).
- (D) Unidade de Gestão de Fornecedores (UGF).

30 Os conselheiros, diretores, empregados, estagiários, bem como fornecedores e parceiros que, de forma direta ou indireta, se relacionem com o sistema SEBRAE, têm que “Agir com probidade, retidão, lealdade e justiça”. Essa obrigatoriedade consta, explicitamente, no Código de Ética do Sistema SEBRAE como

- (A) postura moral.
- (B) regras de conduta eletiva.
- (C) deveres.
- (D) normas flexíveis.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS COMUNICAÇÃO SOCIAL / JORNALISMO

31 Uma importante atividade desenvolvida na assessoria de imprensa oportuniza a análise de conteúdo do que é divulgado, assim como a identificação de menções ou inserções na mídia. A partir dos dados coletados e monitorados é possível compreender como as informações são recepcionadas por jornalistas, influenciadores e sociedade. Essa atividade é chamada de

- (A) release.
- (B) mídia training.
- (C) clipping.
- (D) mailing list.

32 O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, anunciou que Belém será sede da 30ª Conferência da ONU sobre Mudanças Climáticas (COP-30), no ano de 2025. O evento é considerado o maior e mais importante do mundo na discussão sobre o clima. Da conferência participam chefes de estado e de governo, pesquisadores, ambientalistas e empresários. A preparação do evento, em Belém, coloca em cena debates sobre as desigualdades econômicas, sociais e culturais da Amazônia, assim como projetos em desacordo com sua realidade e aponta para reflexões no envolvimento de todos com relação à responsabilidade socioambiental, o consumo sustentável e as relações com as comunidades. Compreende-se a responsabilidade socioambiental como

- (A) uma disposição ética para contribuir com o bem-estar da empresa, das famílias, do trabalho, dos grupos, das comunidades locais e do meio ambiente.
- (B) uma ação ética voluntária que envolve o compromisso das empresas com seus clientes, colaboradores e meio ambiente.
- (C) uma prática de ações e atitudes éticas com o meio ambiente que envolve somente os que estão relacionados com a empresa.
- (D) uma prática de ações e atitudes éticas que toda corporação ou indivíduo pode e deve ter com o bem-estar de todos, da sociedade e do meio ambiente.

33 Nas democracias contemporâneas, a comunicação pública (CP) se configura como uma dimensão política que se instaura na relação entre o Estado, o Governo e a Sociedade, com objetivo de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública. A CP preconiza o estímulo à participação social das pessoas naquilo que diz respeito à vida de cada cidadão/cidadã. Dentre os princípios básicos dessa comunicação pública, destacam-se:

(A) transparência; acesso às informações de interesse individual; promoção da cidadania e da democracia; escuta passiva dos/das cidadãos/cidadãs; foco nas instituições públicas.

(B) transparência; privilégio dos interesses individuais em detrimento do coletivo; foco nas instituições públicas e privadas; promoção da cidadania e da democracia.

(C) transparência; acesso às informações de interesse público/coletivo; interação entre cidadãos e os órgãos públicos; escuta ativa, informada e participativa; promoção da cidadania e da democracia.

(D) transparência; acesso às informações de interesse público/coletivo; interação entre cidadãos e os órgãos públicos; combate à desinformação; escuta passiva dos/das cidadãos/cidadãs.

34 O uso do aplicativo WhatsApp tem modificado as rotinas jornalísticas. Foi incorporado como um meio quase que principal na relação entre jornalistas e fontes para a obtenção de informações no processo de elaboração das notícias. São desvantagens do uso do aplicativo no jornalismo

(A) redução das relações entre jornalistas e fontes; redução da transparência das informações; ampliação do número de matérias e de contatos.

(B) redução da relação entre jornalistas e fontes; perda da natureza espontânea da reportagem e redução da capacidade de ampliação das respostas.

(C) redução da relação entre jornalistas e fontes; perda da natureza espontânea da reportagem e capacidade de ampliação das respostas.

(D) redução da relação entre jornalistas e fontes; possibilidade de maior intimidade e informalidade entre o jornalista e o entrevistado.

35 A pesquisa Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil de 2019, realizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), em parceria com o Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT) e da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), com 2.200 pessoas em idade superior a 16 anos, em todas as regiões do Brasil, constatou, entre os diversos resultados, que 90% dos brasileiros não se lembram ou não sabem apontar um cientista do país e 88% não se lembram ou não sabem indicar instituições que trabalhem com a temática. Caracteriza-se como o jornalismo responsável em divulgar os processos e os resultados da produção científica, do papel dos cientistas e da ciência no desenvolvimento do país, assim como discutir as políticas públicas para a área, o

(A) jornalismo investigativo.

(B) jornalismo cultural.

(C) jornalismo científico.

(D) jornalismo da ciência.

36 O livro “A História da Imprensa no Brasil” é consagrado como um dos mais relevantes na memória e história da imprensa brasileira. Nele, há um imenso registro de quase todos os jornais e revistas publicados no território nacional, no período de 1808 até os anos 1960. Ao todo, foram pesquisados 1.194 periódicos, com dados das publicações, dos donos e profissionais que neles trabalharam. A obra está dividida em cinco partes: “A imprensa colonial”; “A imprensa da independência”; “O pasquim”; “A Imprensa do império” e “A grande imprensa”. A primeira publicação ocorreu em 1966, depois outras quatro edições foram realizadas: Grall (1977), Martins Fontes (1983), MauadX (1999) e Intercom/EDIPUCRS (2011). A obra é de autoria de

(A) Juarez Bahia.

(B) Nelson Werneck Sodré.

(C) Nilson Lage.

(D) Luiz Beltrão.

37 O jornalismo se constitui como atividade necessária não apenas à democracia, mas ao próprio projeto civilizatório, considerando seu papel relevante na busca da informação de interesse público. As informações produzidas por esse campo são formas de conhecimento que permitem ao público orientar-se no mundo social. A atividade deve se sustentar na ética, no interesse e na confiança do público, pois o profissional tem total responsabilidade com os impactos sociais do que é escrito, falado e visibilizado. O compromisso do jornalismo com o interesse público justifica a

- (A) liberdade de imprensa; monitorar o poder; o respeito à pessoa humana; à justiça social e ao fundamento normal das instituições democráticas.
- (B) liberdade de imprensa; monitorar o poder; explicar os acontecimentos que afetam a vida das pessoas e selecionar os fatos de acordo com os interesses dos veículos.
- (C) liberdade de imprensa; o respeito à pessoa humana; à desinformação; selecionar os fatos de acordo com a linha editorial dos veículos de comunicação e da audiência.
- (D) liberdade de imprensa; o respeito à pessoa humana; à desinformação; selecionar fatos de acordo com os interesses dos públicos e da audiência.

38 A nota oficial não tem o formato jornalístico, mas demanda a mediação do assessor de imprensa com a finalidade de um caráter mais informativo, claro, conciso e objetivo. Sua elaboração é requisitada quando exige

- (A) declaração, posicionamento oficial por exigência do público sobre assunto relevante ou escândalo pessoal.
- (B) declaração, posicionamento oficial ou esclarecimento sobre assunto relevante, urgente e de interesse público.
- (C) declaração, posicionamento oficial por exigência do público sobre situação de calamidade pública.
- (D) declaração, posicionamento oficial ou esclarecimento sobre qualquer assunto que a empresa/organização deseje se manifestar.

39 Na contemporaneidade, as tecnologias ampliaram as possibilidades de conciliar as diversas linguagens, assim como os elementos visuais e sonoros para transmitir uma mensagem, contar uma história ou produzir relações comunicativas. Os produtos audiovisuais, usados como importantes recursos de comunicação, combinam sentidos de visão e audição para criar experiências mais completas e envolventes com o público, inclusive com a capacidade de transmitir emoções, provocar reflexões e afetar as relações de sociabilidades. São caracterizados como produtos audiovisuais

- (A) vídeo institucional; documentários; podcasts; filmes; animações e videocliques.
- (B) vídeo institucional; documentários; filmes; animações; podcast e Tik Tok.
- (C) Séries de televisão; vídeo institucional; documentários; screenlife; animações e videocliques.
- (D) Séries de televisão; documentários; podcasts; filmes; animações e Tik Tok.

40 As redes sociais se tornaram lugar significativo de interação, informação, persuasão e sociabilidades. Na conciliação dessas ações, hoje, recursos como os algoritmos são utilizados para melhorar a comunicação e o alcance de conteúdo nas redes sociais. Os algoritmos são utilizados para melhorar a experiência dos usuários,

- (A) assim como o que veem em seus feeds de notícias, com base em fatores como relevância, engajamento e preferências individuais por conteúdos de interesse.
- (B) assim como ter maior visibilidade e redução do impacto de conteúdos menos interessantes, menor interação e menos engajamento.
- (C) assim como utilizar de forma homogênea os algoritmos para todas as redes sociais, menor interação e compartilhamento.
- (D) assim como proporcionar o recebimento de conteúdos interessantes, criar experiências coletivas e com menor tempo de conexão.

41 As teorias do jornalismo buscam compreender questões básicas como, por exemplo, por que as notícias são como são e quais os efeitos que essas notícias geram na sociedade, assim como o silenciamento dos indivíduos em opiniões conflitantes ao pensamento dominante. Notícia é entendida como todo acontecimento que irrompe no cotidiano e é interpretado jornalisticamente. Com base nessas premissas gerais, identificam-se as teorias que fazem análises com esse escopo de interpretação:

- (A) Agenda setting, Newsmaking e Análise do Discurso.
- (B) Agenda setting, Newsmaking e a Espiral do silêncio.
- (C) Agenda setting, Espiral do silêncio e Análise de Conteúdo.
- (D) Agenda setting, Espiral do silêncio e Análise do Discurso.

42 As Teorias da Comunicação objetivam compreender e analisar a dinâmica dos processos comunicativos, ao longo da história, na sociedade e na vida das pessoas. Essas teorias são pensadas a partir de um campo heterogêneo de correntes e de diversidade de práticas. Pode-se afirmar que as primeiras teorias, que vigoraram por mais de 50 anos no século XX, pensaram a comunicação dentro de um modelo

- (A) transmissivo de mensagens de um emissor para um receptor.
- (B) transmissivo e relacional com ênfase nos emissores.
- (C) transmissivo e relacional com ênfase nos receptores.
- (D) transmissivo relacional entre emissor e receptor.

43 Conceitos como regiões morais, contágio social e ecologia humana emergem das investigações dessa escola de tradição sociológica, surgida no final do século XIX e as primeiras décadas do XX nos Estados Unidos, com marco na natureza simbólica das relações interpessoais e a constituição dos grupos na cidade. As pesquisas apontam para a dimensão interativa da experiência e da comunicação. Essa escola recebe o nome de

- (A) Escola de Frankfurt.
- (B) Escola de Palo Alto.
- (C) Escola de Chicago.
- (D) Escola de Toronto.

44 No mundo organizacional/corporativo, comunicar não implica somente divulgar uma informação. Comunicar é ampliar as possibilidades de se relacionar com os diversos públicos e a sociedade. Para se alcançar tais objetivos é necessário elaborar o planejamento da comunicação organizacional para alinhar a comunicação interna e externa. Nesse planejamento deve-se considerar, entre outros aspectos relevantes, a

- (A) identificação e construção da imagem da organização; dos públicos afetados pela mensagem; das metas; dos canais de comunicação e a gestão de pessoas.
- (B) identificação dos objetivos da organização; dos públicos afetados pela mensagem; das metas; dos canais e ferramentas de comunicação e monitoramento das ações comunicativas.
- (C) identificação dos objetivos da organização; dos canais de comunicação interno e externo; das competências dos públicos; do cronograma de execução e a gestão de pessoas.
- (D) identificação dos objetivos da organização; da política de comunicação; das informações e mensagens; das competências dos públicos e a gestão de pessoas.

45 Na contemporaneidade, a tecnologia digital ampliou a possibilidade de visibilização das ações e atividades das organizações, seja de forma positiva ou negativa. Nessa perspectiva, cada vez mais as organizações têm trabalhado sua comunicação com objetivo de construir e consolidar uma imagem e identidade fortes, criando uma personalidade creditiva e com influência político-social na sociedade. Esse tipo de comunicação procura difundir a missão, a visão e os valores da empresa, com envolvimento dos públicos internos e externos. Tal comunicação recebe a denominação de

- (A) comunicação organizacional.
- (B) comunicação administrativa.
- (C) comunicação externa.
- (D) comunicação institucional.

46 Independente de as organizações serem públicas, privadas ou de segmentos organizados da sociedade civil do terceiro setor, todas devem estabelecer relações comunicativas eficazes entre seus públicos. O dever começa pela comunicação interna das empresas/organizações com a finalidade de uma cultura organizacional clara, comprometida e responsável. Para que a comunicação interna atinja seus objetivos é necessário trabalhar com seus funcionários/colaboradores, as políticas, os processos e as práticas organizacionais, difundindo informações,

(A) comunicações, normas e valores, assim como o estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de todos os níveis da empresa.

(B) comunicações, normas e valores, assim como o estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de forma segmentada e separada.

(C) comunicações, normas e valores, assim como o estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação de forma hierarquizada e separada.

(D) normas e valores, assim como fortalecendo a escuta passiva e a comunicação unilateral e hierarquizada.

47 No Brasil, relações públicas e comunicação organizacional são trabalhadas como áreas próximas, considerando as dimensões das ações exercidas pelos dois campos na relação com os públicos. Em específico, são atribuições das relações públicas no exercício das atividades estratégicas de comunicação nas organizações

(A) avaliar e gerenciar os comportamentos institucionais e dos públicos, por meio de pesquisas de opinião, auditoria social e auditorias de imagem; administrar percepções e relacionamentos com os públicos.

(B) avaliar e gerenciar os relacionamentos com os públicos; criar a identidade visual das organizações; exercer funções administrativas, mediadoras e políticas.

(C) avaliar e gerenciar as relações com a mídia; trabalhar a imagem, reputação e identidade das organizações/empresas; elaborar informações voltadas para a cidadania.

(D) avaliar e gerenciar os comportamentos institucionais e dos públicos, por meio de pesquisas de opinião, auditoria social e auditorias de imagem; criar a identidade visual da organização elaborar informações voltadas para a cidadania.

48 Na era do Marketing 4.0, novas estratégias têm sido implantadas com a finalidade de melhorar a experiência comunicativa entre as empresas e os clientes. Uma dessas fortes estratégias tem sido o *Inbound marketing*, que tem por metodologia

(A) comunicação unilateral; anúncios com pouca ou nenhuma interação; menor engajamento e uso de estratégias por meio de canais online.

(B) comunicação de relacionamento; interação constante; atração e conversão de clientes por meio de entrega de conteúdo de valor por meio de canais online; maior engajamento.

(C) comunicação unilateral e de relacionamento; menor engajamento e uso de estratégias em redes sociais para atrair clientes por meio de canais on-line.

(D) comunicação de via única e passiva, sem relacionamento com o cliente; uso de estratégias em redes sociais por meio de canais on-line; menor engajamento.

49 Pesquisadores, profissionais e interlocutores da publicidade estão mudando a forma e o conteúdo de interesse a partir das técnicas e da linguagem publicitária, com o objetivo de atender às novas configurações comunicacionais no mercado e na sociedade. Hoje, a publicidade para interagir com os novos emissores e receptores, tem caráter mais híbrido, fazendo surgir o chamado entretenimento publicitário interativo, que concilia funções conjuntas de

(A) entretenimento, persuasão, venda e compartilhamento.

(B) entretenimento, informação, venda e marca.

(C) entretenimento, informação, interação e imagem.

(D) entretenimento, persuasão, interação e compartilhamento.

50 Novos desafios se impõem ao campo do jornalismo e aos jornalistas no uso de novas tecnologias aplicadas ao exercício do fazer profissional. Um dos embates postos na atualidade é a relação entre jornalismo, inteligência artificial e o uso do chat GPT. Imperam argumentos sobre

(A) os impactos negativos na responsabilidade, confiabilidade e transparência nas informações; maior produção noticiosa e aumento do relacionamento com as fontes; melhoria da qualidade dos textos; possibilidades de gerar conteúdos com rapidez.

(B) os impactos negativos na responsabilidade, confiabilidade e transparência das informações; manipulação e desinformação; privacidade e segurança de dados; reprodução de preconceitos e esterótipos e responsabilidade editorial.

(C) os impactos positivos para o campo jornalístico; identificação da origem das informações; maior transparência e confiabilidade; possibilidades de gerar conteúdos com rapidez.

(D) os impactos positivos para o campo jornalístico; identificação da origem das informações e das fontes; melhora na qualidade informativa, nos padrões de verificação e autenticidade.

RASCUNHO