

ANALISTA DE COMUNICAÇÃO

NÍVEL SUPERIOR – TIPO 1 – BRANCA



SUA PROVA

- Além deste caderno contendo **80 (oitenta)** questões objetivas, você receberá do fiscal de prova o cartão de respostas.



TEMPO

- Você dispõe de **4 (quatro) horas** para a realização da prova, já incluído o tempo para a marcação do cartão de respostas.
- **2 (duas) horas e 30 (trinta) minutos** após o início da prova é possível retirar-se da sala, sem levar o caderno de questões.
- A partir dos **30 minutos** anteriores ao término da prova é possível retirar-se da sala **levando o caderno de questões**.



NÃO SERÁ PERMITIDO

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova.
- Anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de questões.
- Levantar da cadeira sem autorização do fiscal de sala.
- Usar o sanitário ao término da prova, após deixar a sala.



INFORMAÇÕES GERAIS

- Verifique se seu caderno de questões está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, notifique **imediatamente** o fiscal da sala, para que sejam tomadas as devidas providências.
- Confira seus dados pessoais, especialmente nome, número de inscrição e documento de identidade e leia atentamente as instruções para preencher o cartão de respostas.
- Use somente caneta esferográfica, fabricada em material transparente, com tinta preta ou azul.
- Assine seu nome apenas no(s) espaço(s) reservado(s).
- Confira seu cargo, cor e tipo do caderno de questões. Caso tenha recebido caderno de cargo ou cor ou tipo **diferente** do impresso em sua folha de respostas, o fiscal deve ser **obrigatoriamente** informado para o devido registro na ata da sala.
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento do seu cartão de respostas. O preenchimento é de sua responsabilidade e **não** será permitida a troca do cartão de respostas em caso de erro cometido pelo candidato.
- Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas no cartão de respostas.
- A FGV coletará as impressões digitais dos candidatos na lista de presença.
- Os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais quando do ingresso e da saída de sanitários durante a realização das provas.
- **Boa sorte!**

Conhecimentos Básicos Língua Portuguesa

1

O ex-ministro da Fazenda Delfim Netto declarou certa vez: *“O capital é como água. Sempre flui por onde encontra menos obstáculos”*.

Assinale a afirmativa correta sobre os componentes e a estrutura desse pensamento.

- (A) O segundo período é uma redundância do primeiro, já que expressam o mesmo pensamento.
- (B) A comparação do primeiro período é explicada no segundo.
- (C) O primeiro período expressa uma causa cuja consequência é expressa no segundo período.
- (D) Enquanto o primeiro período é expresso em linguagem figurada, o segundo é expresso em linguagem lógica.
- (E) O segundo período expressa uma conclusão do que é expresso no período anterior.

2

No livro bíblico do Eclesiastes, está presente a seguinte afirmação: *“Quem fica olhando o vento jamais semeará, quem fica olhando as nuvens jamais ceifará”*.

Essa afirmação expressa o seguinte:

- (A) a contemplação da natureza é essencial para a vida humana.
- (B) o trabalho é fundamental para a sobrevivência.
- (C) o pensamento deve levar o homem à ação.
- (D) a ação é mais importante que o pensamento.
- (E) o agir é sempre precedido do sonhar.

3

O rei francês Luís XVI, ao falar da administração pública, declarou: *“Cada vez que preencho um cargo, faço cem descontentes e um ingrato”*.

Sobre essa afirmação, assinale a opção correta.

- (A) Os “descontentes” se referem aos funcionários já nomeados para outros cargos.
- (B) O “ingrato” se refere ao indivíduo que preenche o cargo.
- (C) O “ingrato” referido está inserido entre os “descontentes”.
- (D) “preencher um cargo” se refere ao ato de demitir o funcionário que ocupava anteriormente o cargo.
- (E) O termo “cada vez” se refere a uma ação realizada com intensa frequência.

4

Assinale o pensamento abaixo em que há uma explicação de algo dito anteriormente.

- (A) Só os poetas e as mulheres sabem usar o dinheiro como ele merece ser usado.
- (B) Todo trabalho do homem é para sua boca e, no entanto, seu apetite nunca está satisfeito.
- (C) Quem não quer trabalhar também não há de comer.
- (D) Para fazer fortuna, não é necessário ter talento; basta não ter correção.
- (E) A economia moderna imita o paraquedas: só funciona quando está aberta.

5

O tema de todas as frases abaixo é o dinheiro; assinale aquela que mostra dele uma visão positiva.

- (A) Nada é mais revolucionário do que dinheiro sobrando.
- (B) Nada mais iníquo do que amar o dinheiro.
- (C) É menor o prazer de quem gasta o dinheiro que a pena de quem trabalha para ganhá-lo.
- (D) Não escondas o teu dinheiro debaixo de uma pedra para ele ficar ali escondido.
- (E) O dinheiro deve ser apenas o mais poderoso de nossos escravos.

6

As marcas de textualidade citadas no programa de Língua Portuguesa são a coesão, a coerência e a intertextualidade. Observe a seguinte declaração do apresentador Faustão:

“Esse negócio de sucesso é bonito, mas você não vive em função disso. O cemitério está cheio de caras de sucesso. Quero uma vida mais simples do que um copo d’água”.

Assinale a opção que exemplifica intertextualidade.

- (A) Esse negócio de sucesso é bonito.
- (B) ...mas você não vive em função disso.
- (C) O cemitério está cheio de caras de sucesso.
- (D) Quero uma vida mais simples...
- (E) ...mais simples do que um copo d’água.

7

Em todas as frases abaixo há um termo sublinhado que serve de elemento de coesão com um termo anterior.

Assinale a frase em que esse antecedente está corretamente identificado.

- (A) Não é filósofo quem sabe onde está o tesouro, mas quem trabalha e o desenterra / onde.
- (B) A personalidade do homem determina antecipadamente o grau de sua fortuna / personalidade.
- (C) Pode-se dar os primeiros impulsos nos negócios; depois eles mesmos nos arrastam / impulsos.
- (D) Quem compra e mente em seu bolso sente / quem.
- (E) As cadeias de ouro são mais fortes que as de ferro / fortes.

8

Assinale a frase abaixo que, ao contrário das demais, se mostra inteiramente coerente.

- (A) Todos estavam dispostos em fila única, lado a lado, até a esquina da rua.
- (B) Emprста o teu dinheiro, mesmo que não o tenhas, pois isso salvará a tua alma.
- (C) Uma mensagem oral não vale o papel em que foi escrita.
- (D) Um bom atirador acerta o alvo antes de ter disparado.
- (E) A gente sabe que o formulário simplificado do imposto de renda parece complicado.

9

Assinale a opção que apresenta uma frase que pode estar inserida entre os textos classificados como injuntivos.

- (A) Cuide dos anúncios, que o dinheiro cuida de si mesmo.
- (B) Vendeu a empresa. Deixou de ser rico, agora só tem dinheiro.
- (C) Férias coletivas são o prenúncio de demissão.
- (D) Na origem de toda riqueza há coisas que fazem tremer.
- (E) O comércio é a escola do ludíbrio.

10

Entre os textos abaixo, assinale aquele que exemplifica o tipo propagandístico de texto.

- (A) Ajude os Médicos sem Fronteira, que fazem o bem sem saber a quem.
- (B) Compre o kit de vinhos franceses pelo preço de vinhos nacionais.
- (C) Adquirindo o pacote de camisas Lacoste, você ganha duas camisas de graça.
- (D) Viver neste condomínio é um privilégio; adquira logo o seu lote.
- (E) Seja assinante do jornal Gazeta do Povo. A verdade a baixo preço.

11

“Um problema só surge quando estão presentes todas as condições para solucioná-lo”.

A maneira adequada de reproduzir esse pensamento, com correção e manutenção do sentido original, é:

- (A) Só um problema surge quando estão presentes todas as condições para solucioná-lo.
- (B) Quando estão presentes todas as condições para solucionar um problema só, é que ele surge.
- (C) Um problema só surge quando estão presentes todas as condições para cuja solução.
- (D) Um problema surge só quando estão presentes todas as condições para a sua solução.
- (E) Quando estão presentes todas as condições para solucioná-lo, é que um problema surge.

12

Assinale a frase abaixo que exemplifica a função conativa da linguagem.

- (A) A sorte favorece a mente bem-preparada.
- (B) Se você acha que tem 50% de chance de sucesso, vá atrás.
- (C) Sucesso é uma palavra à procura de definição pessoal.
- (D) Minha terra tem palmeiras onde cantavam os sabiás.
- (E) A disciplina é a parte mais importante da vida militar.

13

Assinale a frase abaixo que mostra, em sua estrutura, a preocupação com o paralelismo sintático.

- (A) Os turistas decidiram sair pela manhã e voltar à noite.
- (B) Os clientes compraram livros interessantes e de valor cultural.
- (C) Os alunos saíram rapidamente e com desejo de brincar.
- (D) As roupas dos filhos estavam sujas de lama e com rasgos.
- (E) Os participantes correram com ânimo e ficaram cansados.

14

Uma das características de um texto informativo é a sua preocupação com a exatidão dos dados; assinale a frase abaixo que mostra essa preocupação.

- (A) Por volta das 9h todos os convidados já tinham saído.
- (B) Chegaram à empresa cerca de 10 caminhões de carga.
- (C) Muitos dos presentes dados eram de origem estrangeira.
- (D) As eleições tiveram 36% de abstenções.
- (E) Todos foram dormir pouco depois do jogo.

15

Assinale a frase abaixo inteiramente correta em função de todos os aspectos da norma culta.

- (A) O dinheiro é o pé de cabra do poder.
- (B) Aprenda com as massas; depois ensine-as o necessário.
- (C) O ensino à distância é preferível ao presencial.
- (D) Os homens fazem as leis; as mulheres os costumes.
- (E) Perto de 243 passageiros dormiram no aeroporto.

Raciocínio Lógico Matemático

16

Sejam p , q , r e t proposições simples e $\sim p$, $\sim q$, $\sim r$ e $\sim t$, respectivamente, as suas negações. Se as seguintes proposições compostas têm valor lógico falso:

$$p \vee \sim q$$

$$q \wedge \sim r$$

$$r \rightarrow t$$

conclui-se que são logicamente verdadeiras apenas as proposições simples

- (A) p e q .
- (B) p e t .
- (C) q e r .
- (D) p , q e r .
- (E) q , r e t .

17

Em um grupo de alunos que fez provas de Português e de Matemática, 14 foram reprovados em Português, 11 foram reprovados em Matemática, 15 foram aprovados em pelo menos uma dessas duas disciplinas e 13 foram aprovados em apenas uma dessas duas matérias.

Nesse grupo, a quantidade de alunos aprovados em Matemática supera a quantidade de aprovados em Português em

- (A) 3 unidades.
- (B) 4 unidades.
- (C) 5 unidades.
- (D) 6 unidades.
- (E) 7 unidades.

18

Em uma empresa de projetos habitacionais, a equipe é formada por 6 engenheiros, 5 arquitetos e 4 paisagistas.

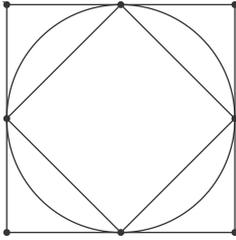
A fim de elaborar um novo projeto, serão escolhidos 4 desses profissionais, de modo que haja pelo menos um de cada habilitação profissional.

A quantidade de diferentes quartetos que podem assumir esse novo projeto é igual a

- (A) 300.
- (B) 420.
- (C) 480.
- (D) 540.
- (E) 720.

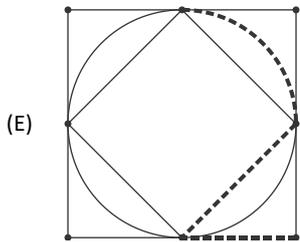
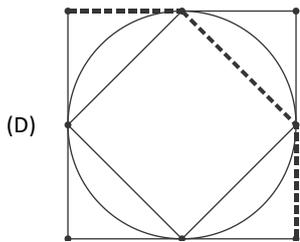
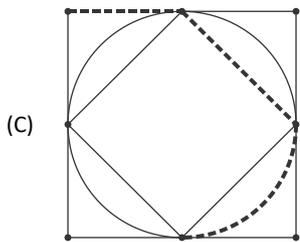
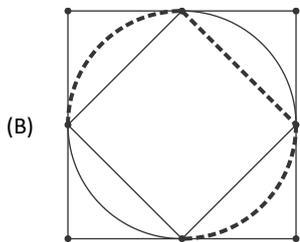
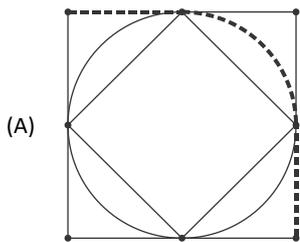
19

A figura a seguir ilustra um quadrado inscrito em uma circunferência que, por sua vez, está inscrita em um outro quadrado, de modo que os vértices do quadrado menor coincidem com os pontos médios dos lados do quadrado maior.



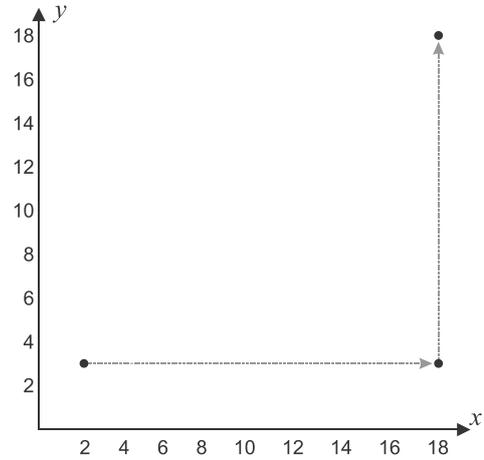
Considere os possíveis percursos sobre essa figura plana formados exclusivamente pela união de segmentos de reta e por arcos dessa circunferência com 90°.

As opções a seguir apresentam, em linha tracejada, cinco desses percursos. Assinale aquela em que o percurso é o menor dos cinco.



20

Uma partícula está imóvel sobre o ponto (2,3) no plano cartesiano quando começa a fazer deslocamentos sucessivos. O 1º desses deslocamentos é de 16 unidades de comprimento (u.c.) no sentido positivo do eixo x, o que faz com que a partícula vá para o ponto (18,3). O 2º movimento é de 15 u.c. no sentido positivo do eixo y, o que faz com que a partícula vá do ponto (18,3) para o ponto (18,18), conforme ilustrado na figura a seguir.



Os deslocamentos vão se sucedendo respeitando as seguintes regras:

- I. o comprimento de cada deslocamento é 1 u.c. menor do que o do deslocamento imediatamente anterior, até que o comprimento seja nulo e a partícula pare;
- II. o sentido de cada deslocamento faz 90° no sentido anti-horário com o sentido do deslocamento imediatamente anterior, isto é

(→ ↑ ← ↓ → ↑ ...)

A distância em linha reta entre o ponto inicial e o ponto final dessa sequência de movimentos é a raiz quadrada de

- (A) 108.
- (B) 113.
- (C) 123.
- (D) 128.
- (E) 133.

21

Roberto tinha certo capital C e aplicou uma parte no banco A e o restante no banco B, durante um mesmo período. Ao fazer os resgates, Roberto constatou que a parte aplicada no banco A rendeu 8%, mas o que foi aplicado no banco B desvalorizou 2%, de modo que a soma dos dois resgates totalizava 102% de C.

A razão entre as quantias aplicadas por Roberto nos bancos A e B, nessa ordem, é

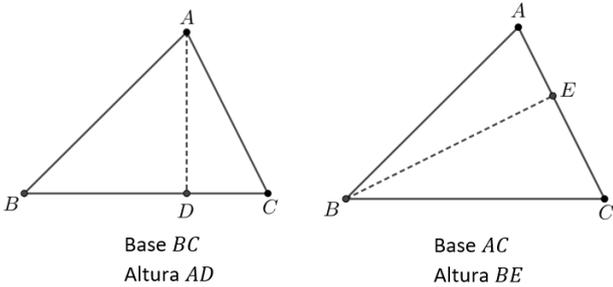
- (A) 2/3.
- (B) 3/4.
- (C) 4/5.
- (D) 5/6.
- (E) 1.

22

A área de qualquer triângulo pode ser calculada pelo semiproduto do comprimento da base (b) pela medida de sua altura (h), isto é:

$$S = \frac{1}{2} \cdot bh$$

Qualquer um dos lados do triângulo pode fazer papel de base. Definida a base, toma-se a altura sempre perpendicular à base, como ilustrado a seguir.



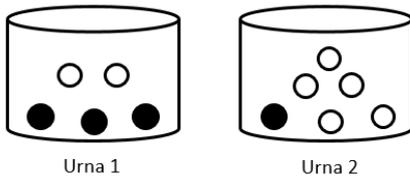
Os valores da base e da altura podem mudar, mas o resultado do produto desses valores permanece igual, já que a área é a mesma.

Se, no triângulo ABC, ilustrado nas imagens acima, o perímetro é 32 cm, BC mede 12 cm e $\frac{AD}{BE} = 0,75$, a medida do lado AB é

- (A) 10 cm.
- (B) 10,5 cm.
- (C) 11 cm.
- (D) 12,5 cm.
- (E) 13 cm.

23

A figura a seguir ilustra duas urnas onde estão depositadas bolas brancas e pretas.



Um dado comum e honesto será lançado. Se o resultado desse lançamento for 1, 2, 3 ou 4, uma bola será sorteada, ao acaso, da Urna 1. Se o resultado do lançamento for 5 ou 6, uma bola será sorteada, ao acaso, da Urna 2.

Nessas condições, após o lançamento aleatório do dado e a subsequente extração ao acaso da bola de uma das urnas, a probabilidade de que essa bola seja preta

- (A) é maior que 55%.
- (B) está entre 45% e 55%.
- (C) está entre 35% e 45%.
- (D) está entre 25% e 35%.
- (E) é menor que 25%.

24

A tabela a seguir apresenta as idades (em anos) de 16 crianças divididas em 4 grupos de 4 alunos.

Grupo 1	6	7	8	9
Grupo 2	7	7	7	9
Grupo 3	6	7	7	8
Grupo 4	5	7	8	8

Com base nessas informações, avalie as afirmações.

- I. A média das idades é maior no Grupo 1 que no Grupo 2.
- II. A mediana das idades é maior no Grupo 1 que no Grupo 3.
- III. O grupo 4 é o que apresenta maior desvio-padrão.

Está correto o que se afirma em

- (A) II, apenas.
- (B) III, apenas.
- (C) I e II, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

25

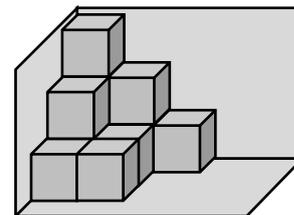
Dois relógios foram simultaneamente acertados às 8h da manhã. Um deles atrasa 1 minuto a cada 6 horas. O outro, adianta 1 minuto a cada 10 horas.

A diferença entre as marcações desses relógios será de 1 minuto

- (A) entre as 11h e as 12h desse mesmo dia.
- (B) entre as 14h e as 15h desse mesmo dia.
- (C) entre as 16h e as 17h desse mesmo dia.
- (D) entre as 18h e as 19h desse mesmo dia.
- (E) no dia seguinte.

26

A figura a seguir é formada pela união de cubos todos idênticos e de volume 2mm^3 cada. Alguns desses cubos estão empilhados sobre outros.



A figura está apoiada sobre um plano horizontal e encostada em dois planos verticais que formam 90° entre si.

O volume dessa figura é

- (A) 16mm^3 .
- (B) 18mm^3 .
- (C) 20mm^3 .
- (D) 22mm^3 .
- (E) 24mm^3 .

27

Henrique tem R\$ 7,00 e pretende, com esse dinheiro, comprar um pacote de macarrão, uma caixa de molho de tomate e uma lata de sardinhas.

Se ele comprasse apenas o pacote de macarrão e a caixa de molho de tomate, restariam R\$ 2,42.

Se ele comprasse apenas o pacote de macarrão e a lata de sardinhas, restariam R\$ 2,12.

Se ele comprasse apenas a lata de sardinhas e a caixa de molho de tomate, restariam R\$ 2,72.

Com base nessas informações, conclui-se que

- (A) não há dinheiro suficiente para Henrique comprar os 3 itens.
- (B) se Henrique comprar os 3 itens, não haverá troco.
- (C) se Henrique comprar os 3 itens, haverá R\$ 0,03 de troco.
- (D) se Henrique comprar os 3 itens, haverá R\$ 0,12 de troco.
- (E) se Henrique comprar os 3 itens, haverá R\$ 0,13 de troco.

28

Dado um conjunto finito de proposições p_1, p_2, \dots, p_n (chamadas premissas) e uma proposição c (chamada conclusão), diz-se que a relação que associa as premissas à conclusão é um argumento.

Um argumento é válido quando a conclusão c é consequência obrigatória do conjunto de premissas.

Considere os seguintes argumentos:

Argumento I

- p_1 : todas as crianças gostam de pizza.
- p_2 : quem gosta de refrigerante gosta de pizza.
- c : todas as crianças gostam de refrigerante.

Argumento II

- p_1 : todas as crianças gostam de pizza.
- p_2 : quem gosta de refrigerante gosta de pizza.
- c : quem gosta de refrigerante é criança.

Argumento III

- p_1 : todas as crianças gostam de pizza.
- p_2 : quem gosta de refrigerante não gosta de pizza.
- c : nenhuma criança gosta de refrigerante.

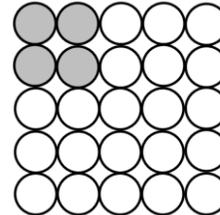
É (são) argumento(s) válido(s)

- (A) I, apenas.
- (B) III, apenas.
- (C) I e II, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

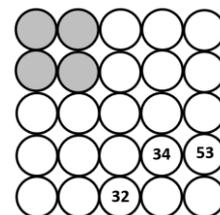
29

A figura ilustra um diagrama composto por 25 células que devem ser preenchidas com números inteiros e positivos de acordo com as seguintes regras:

- 1. Escolha números inteiros e positivos para as 4 células cinza.
- 2. O valor das demais células é dado pela soma das duas células imediatamente acima (se houver) e também das duas células imediatamente à esquerda (se houver).



Considere o diagrama a seguir totalmente preenchido em que alguns dos números foram ocultados.



A soma dos números escolhidos para as 4 células cinzas é igual a

- (A) 11.
- (B) 12.
- (C) 13.
- (D) 14.
- (E) 15.

30

Considere todos os números inteiros, pares e positivos formados por 3 algarismos distintos e consecutivos tais que a soma desses dígitos é 23.

A diferença entre o maior e o menor deles é

- (A) 90.
- (B) 100.
- (C) 198.
- (D) 270.
- (E) 288.

Conhecimentos Bancários

31

Sobre o sistema financeiro nacional, analise as afirmativas a seguir.

- I. Mercado monetário é o mercado que fornece moeda à economia, com transferências de recursos a curtíssimo prazo, como as realizadas entre as próprias instituições financeiras ou entre elas e o Banco Central do Brasil (BCB).
- II. Mercado de crédito é o mercado que fornece recursos para o consumo das pessoas em geral e para o funcionamento das empresas, em operações predominantemente de curto e médio prazos.
- III. Mercado de câmbio é o mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional, com a participação dos agentes econômicos que têm recebimentos ou pagamentos a realizar em moeda estrangeira, das instituições autorizadas a operar em câmbio e do Banco Central do Brasil (BCB).

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

32

Sobre o sistema financeiro nacional, marque V para afirmativa verdadeira e F para a falsa.

- () Quando o Banestes faz um empréstimo, o dinheiro recebido pelo cliente não tem destinação obrigatória.
- () Nas operações de *leasing* (arrendamento mercantil), a regulamentação do Banco Central do Brasil (BCB) estabelece um prazo mínimo de duração do *leasing* operacional maior que do *leasing* financeiro.
- () Quando o Banestes participa do processo de colocação no mercado de uma debênture, o Banestes não tem responsabilidade pelo pagamento dos juros e do principal, que é da emissora dessa debênture.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) F, F e V.
- (C) V, F e V.
- (D) V, F e F.
- (E) V, V e V.

33

Assinale qual dos agrupamentos de “carteiras” que compõem as instituições do conglomerado Banestes **não** atenderia aos requisitos necessários para o Banestes ser considerado um “banco múltiplo” pela regulamentação do Banco Central do Brasil (BCB).

- (A) Comercial; de investimento; de crédito imobiliário; de arrendamento mercantil.
- (B) Comercial; de crédito, financiamento e investimento; de arrendamento mercantil; distribuidora de títulos e valores mobiliários.
- (C) De investimento; de crédito, financiamento e investimento; de crédito imobiliário; de arrendamento mercantil.
- (D) De crédito, financiamento e investimento; de crédito imobiliário; de arrendamento mercantil; distribuidora de títulos e valores mobiliários.
- (E) De investimento; de crédito imobiliário; de arrendamento mercantil; distribuidora de títulos e valores mobiliários.

34

Sobre o sistema financeiro nacional e o mercado bancário, assinale a afirmativa correta.

- (A) A carteira de desenvolvimento é exclusiva para bancos públicos.
- (B) Os depósitos em cooperativas de crédito têm a proteção do Fundo Garantidor de Crédito (FGC).
- (C) As agências de fomento nunca podem prestar assistência a programas e projetos desenvolvidos em estado limítrofe ao da unidade da Federação onde estiver sediada.
- (D) As corretoras de câmbio realizam financiamentos a exportações e importações, além de adiantamentos sobre contratos de câmbio.
- (E) O Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPc) é o órgão normativo superior sob o qual operam as entidades abertas de previdência.

35

Em relação ao sistema financeiro nacional, assinale a afirmativa correta.

- (A) As sociedades de arrendamento mercantil podem fazer colocação de debêntures de emissão pública ou particular e de notas promissórias destinadas à oferta pública.
- (B) As sociedades de crédito financiamento e investimento podem captar recursos por meio de depósitos à vista de seus clientes em contas corrente, letras de câmbio, RDB (recibos de depósitos bancários), DI (depósitos interfinanceiros).
- (C) As agências de fomento podem captar recursos junto ao público.
- (D) As sociedades de crédito ao microempreendedor e à empresa de pequeno porte não podem receber repasses de fundos oficiais.
- (E) As companhias hipotecárias podem captar depósitos de poupança para a concessão de financiamentos imobiliários residenciais ou comerciais.

36

Em matéria de sistema financeiro nacional, analise as afirmativas a seguir.

- I. Caixas econômicas são empresas públicas que exercem atividades típicas de banco comercial, com prioridade institucional para concessão de empréstimos e financiamentos de programas e projetos de natureza social
- II. A principal diferença entre as corretoras de títulos e de valores mobiliários e as distribuidoras de títulos e de valores mobiliários é que só as corretoras podem operar diretamente nos ambientes e sistemas de negociação dos mercados organizados de bolsa de valores.
- III. As corretoras de câmbio atuam, exclusivamente, no mercado de câmbio.

Está correto o que se afirma em

- (A) II, apenas.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

37

Sobre o Conselho Monetário Nacional (CMN), assinale a afirmativa correta.

- (A) Um objetivo do CMN é estimular o desenvolvimento dos mercados de seguros.
- (B) Compete ao CMN coordenar as políticas monetária, creditícia, orçamentária e da dívida pública interna e externa.
- (C) Não pode acontecer mais de uma reunião do CMN por mês.
- (D) O CMN é presidido pelo presidente do Banco Central do Brasil (BCB).
- (E) É no CMN que se decidem as normas principais para o funcionamento das instituições financeiras e das entidades fechadas de previdência complementar.

38

Acerca do Comitê de Política Monetária (Copom), assinale a afirmativa correta.

- (A) É no Copom que se define a meta para a inflação.
- (B) Os membros do Copom são o Presidente do Banco Central do Brasil e todos os seus diretores.
- (C) O regulamento do Copom estabelece que a deliberação tem de se dar por unanimidade dos votos.
- (D) Não se divulga qual foi o voto de cada membro do Copom.
- (E) Após a divulgação da decisão do Copom, as operações no sistema financeiro nacional têm de ser realizadas obrigatoriamente com base nas taxas de juros definidas pelo Copom.

39

Em relação ao Banco Central do Brasil (BCB), assinale (V) para a afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

- () O BCB adota o sistema de metas para inflação para tentar manter a inflação dentro de limites pré-estabelecidos.
- () Não há exigência de autorização do BCB para o Banestes oferecer produtos e serviços financeiros regulados, devendo ser observado o objeto social do Banestes.
- () A supervisão de conduta do BCB não abrange o risco de reputação do Banestes.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) F, V e V.
- (C) V, V e F.
- (D) V, F e F.
- (E) V, V e V.

40

Sobre o Banco Central do Brasil (BCB), analise as afirmativas a seguir.

- I. Não há prazo máximo para decisão do BCB relativa à autorização para funcionamento de uma nova carteira que o Banestes queira operar.
- II. Faz parte da supervisão de conduta do BCB a verificação da adequação do Banestes em relação à prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo (PLD/FT).
- III. Somente após o BCB decretar a intervenção ou a liquidação extrajudicial, ou reconhecer o estado de insolvência da instituição associada ao FGC (Fundo Garantidor de Crédito), é que os depositantes podem requisitar a garantia.

Está correto o que se afirma em

- (A) III, apenas.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

41

Em relação à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), analise as afirmativas a seguir.

- I. A CVM é uma entidade autárquica em regime especial, vinculada ao Ministério da Fazenda.
- II. No caso de Fundos de Investimentos, tanto o administrador quanto o gestor do fundo devem estar credenciados junto à CVM.
- III. Em função dos requisitos de sigilo fiscal, a CVM somente pode encaminhar indícios de ilícito fiscal à Secretaria da Receita Federal após instaurado processo judicial.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

42

Sobre a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), assinale V para afirmativa verdadeira e F para a falsa.

- () A CVM não tem estabelecidos prazos máximos para decisão de autorização de funcionamento de novas instituições sob sua regulação.
- () As corretoras e as distribuidoras de títulos e valores mobiliários são de supervisão exclusiva da CVM.
- () As plataformas eletrônicas de investimento participativo (*Crowdfunding* de investimento) são reguladas pela CVM.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) F, F e V.
- (C) V, F e V.
- (D) V, F e F.
- (E) V, V e V.

43

Tendo por base as previsões do Guia de Conduta Ética do Banestes, assinale a afirmativa correta.

- (A) Com base no princípio de “objeção de consciência por motivo de crença religiosa” reconhecido pelo STF (Supremo Tribunal Federal), o funcionário do Banestes pode abster-se de atender a clientes de religiões que considera ofensivas à que professa.
- (B) A necessidade de o funcionário do Banestes assegurar a privacidade das informações pessoais do consumidor cessa quando o consumidor deixar de ser cliente.
- (C) Em qualquer situação, o funcionário do Banestes deve deixar claro que as contribuições científicas ou acadêmicas que fizer são realizadas em seu próprio nome e não representam posicionamento institucional.
- (D) A responsabilidade de o funcionário do Banestes observar, divulgar e propagar as diretrizes do Guia de Conduta Ética não aumenta quanto mais elevado for o cargo ou função que ocupa.
- (E) O funcionário do Banestes não tem a previsão de priorizar a utilização dos produtos e serviços do Banestes.

44

Tendo por base as previsões do Guia de Conduta Ética do Banestes, analise os itens a seguir.

- I. O funcionário do Banestes tem o dever de avaliar a conformidade dos normativos internos com os normativos externos e buscar soluções para a atualização e adequação, caso necessário.
- II. Toda guarda de bens do Banestes para utilização fora do local de trabalho pelo funcionário do Banestes é considerada “para fins particulares”.
- III. O funcionário do Banestes deve se comprometer e colaborar com a atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos ou privados, ou no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do SFN (Sistema Financeiro Nacional).

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

45

Em relação à prevenção do uso do Sistema Financeiro para atos ilícitos, em conformidade com a Lei nº 9.613/1998, assinale a afirmativa correta.

- (A) Na forma da Lei nº 9.613/1998, o Banestes tem de efetivar o registro de transações que ultrapassem os limites fixados pela autoridade competente, inclusive quando esse limite somente é alcançado pela soma de diversas transações do cliente com uma mesma pessoa, conglomerado ou grupo.
- (B) A Banestes Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários não se inclui entre as pessoas jurídicas que precisam fazer comunicações referentes a transações que ultrapassem os limites fixados pela autoridade competente estabelecidas na Lei nº 9.613/1998.
- (C) Os cadastros de clientes do Banestes requeridos pela Lei nº 9.613/1998 terão de ser eliminados imediatamente quando houver encerramento da conta desses clientes no Banestes.
- (D) O Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), atual Unidade de Inteligência Financeira (UIF), somente pode comunicar indícios de crimes de “lavagem” ou ocultação de valores às autoridades competentes após a existência de processo judicial.
- (E) Somente se tiver autorização judicial é que o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), atual Unidade de Inteligência Financeira (UIF) pode requerer aos órgãos da Administração Pública as informações cadastrais bancárias e financeiras de pessoas envolvidas em atividades suspeitas.

46

Em relação à prevenção da utilização do Sistema Financeiro para os atos ilícitos, em conformidade com a Lei nº 9.613/1998, assinale (V) para afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

- () A identificação de clientes do Banestes, quando se tratar de pessoa jurídica, deverá abranger as pessoas físicas autorizadas a representá-la, bem como seus proprietários.
- () O Banestes fica desobrigado de fazer comunicações, na periodicidade estabelecida pelo órgão competente, quando não ocorrerem propostas, transações ou operações passíveis de serem comunicadas.
- () Uma pessoa condenada por crimes de “lavagem” ou ocultação de valores fica interdita para o exercício de cargo de diretor, de membro de conselho de administração ou de gerência do Banestes pelo dobro do tempo da pena privativa de liberdade aplicada.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) F, F e V.
- (C) V, F e F.
- (D) V, F e V.
- (E) V, V e V.

47

Em relação à ruptura digital no SFN (Sistema Financeiro Nacional) promovida pelo PIX; pelos criptoativos, CBDC (*Central Bank Digital Currency* – moeda digital de banco central) e outras moedas digitais, e a Lei nº 14.478/2022 (“Lei de Criptoativos”), assinale (V) para a afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

- () Todas as transações de “PIX Saque” e de “PIX Troco” podem ser cobradas das pessoas físicas.
- () À semelhança das criptomoedas privadas de emissão descentralizada, como o Bitcoin, a CBDC não tem garantia de valor em relação à moeda soberana de um país.
- () A Lei nº 14.478/2022 (“Lei de Criptoativos”) estabelece que o Código de Defesa do Consumidor não é aplicado às atividades ou operações com criptoativos.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) V, V e F.
- (C) V, F e V.
- (D) F, V e V.
- (E) V, V e V.

48

Em matéria de ruptura digital no setor bancário e financeiro promovida pelo “*Open Finance*” (sistema financeiro aberto), assinale a afirmativa correta.

- (A) Somente as instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil (BCB) podem participar do “*Open Finance*”.
- (B) No “*Open Finance*”, o compartilhamento de dados e serviços se inicia com a solicitação do cliente à instituição participante que vai ceder os dados (instituição de origem dos dados).
- (C) No “*Open Finance*”, se as finalidades ou os dados ou serviços que são objeto de compartilhamento forem alterados, não haverá a necessidade de novo consentimento do cliente.
- (D) No “*Open Finance*”, o cliente tem a opção de definir o compartilhamento de dados sem prazo de término.
- (E) A Lei do Sigilo Bancário não se aplica à troca de informações no “*Open Finance*”.

49

Em tema de ruptura digital no SFN (Sistema Financeiro Nacional) promovida pelas *Fintechs* de crédito SCD (Sociedades de Crédito Direto) e SEP (Sociedades de Empréstimo entre Pessoas), assinale (V) para a afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

- () As SCD e as SEP têm por objeto a realização de operações exclusivamente por meio de plataforma eletrônica.
- () As SCD podem obter recursos para concessão de créditos em operações de repasses e de empréstimos originários do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social).
- () As SCD e as SEP não podem atuar como iniciadoras de transação de pagamento.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F, F e F.
- (B) F, F e V.
- (C) V, F e V.
- (D) V, V e F.
- (E) V, V e V.

50

Em relação à ruptura digital no SFN (Sistema Financeiro Nacional) promovida pelas IPs (Instituições de Pagamento), assinale a afirmativa correta.

- (A) É possível a constituição de IP na qual figure pessoa natural como sócio único.
- (B) Todas as IPs devem solicitar autorização ao Banco Central do Brasil (BCB) para iniciar a prestação de serviços.
- (C) No curso das transações de iniciação de pagamentos por IPs, é vedado alterar o montante ou qualquer outro elemento da transação de pagamento autorizada pelo usuário final.
- (D) Para a realização de pagamentos por intermédio de IPs, é indispensável o relacionamento do cidadão com bancos e outras instituições financeiras.
- (E) Uma mesma IP não pode atuar em mais de uma modalidade de IP.

Conhecimentos Específicos

51

Apesar das múltiplas perspectivas, muitos buscam organizar os estudos de comunicação em torno de “escolas” de pensamento, que abarcam autores de diversas formações. Entre as mais conhecidas estão:

1. Escola de Frankfurt
2. Escola de Toronto
3. Escola de Palo Alto
4. Escola de Chicago
5. Escola Latino-Americana

Entre os autores comumente a elas associados, temos:

- () Jesús Martín-Barbero e Juan Diaz Bordenave
- () Eric Alfred Havelock e Marshall McLuhan
- () Gregory Bateson e Don D. Jackson
- () Jürgen Habermas e Herbert Marcuse
- () Robert Erza Parker e Herbert Blumer

Assinale a opção que apresenta a correspondência correta, na ordem apresentada.

- (A) 5; 2; 4; 1; 3
- (B) 2; 1; 3; 5; 4
- (C) 5; 4; 3; 2; 1
- (D) 3; 2; 2; 1; 5
- (E) 5; 2; 3; 1; 4

52

Os indivíduos, em geral, têm medo de se sentirem isolados em seus comportamentos, atitudes e crenças, o que muitas vezes justifica o fato de as pessoas evitarem expressar opiniões que não coincidam com a opinião dominante. Essa concepção embasa a hipótese proposta por Elisabeth Noelle-Neumann conhecida como

- (A) Bolha Informacional.
- (B) Efeito Manada.
- (C) *Agenda Setting*.
- (D) Espiral do Silêncio.
- (E) Câmara de Eco.

53

Leia o texto abaixo:

A Teoria Matemática da Comunicação, lançada pelo matemático, engenheiro e criptógrafo _____ e pelo matemático _____, caracteriza o prelúdio do que, tempos depois, seria a _____, cuja finalidade maior seria investigar as forças que governam os fluxos de informação. A teoria consiste em um modelo esquemático _____ de um sistema de comunicações que, por ter origem na engenharia, expressa a busca por “um conhecimento _____ da informação, manifestado principalmente em pesquisas envolvendo a Recuperação da Informação”.

(PRADO, Magaly. *Fake News e Inteligência Artificial: O poder dos algoritmos na guerra da desinformação*, 2022, p. 63-64, adaptado)

Assinale a opção que completa corretamente o texto.

- (A) Warren Weaver; Claude Shannon; Teoria Crítica da Comunicação; tríplice; subjetivo.
- (B) Charles Peirce; Theodor Adorno; Ciência de Dados; circular; algorítmico.
- (C) Claude Shannon; Warren Weaver; Ciência da Informação; linear; objetivo.
- (D) Roland Barthes; Theodor Adorno; Teoria da Desinformação; pontual; psicossocial.
- (E) Theodor Adorno; Max Horkheimer; Indústria Cultural; tridimensional; concreto.

54

Leia o texto abaixo:

Conduzido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo - Projor, em parceria com a agência Volt Data Lab, o Atlas da Notícia é um levantamento nacional sobre os veículos de comunicação do Brasil. Embora mapeie todos os veículos de comunicação que consegue encontrar, considera para sua pesquisa somente veículos que possuem algum viés jornalístico. Em sua edição mais recente, o Atlas da Notícia identificou uma redução de 9,5% no número de municípios considerados desertos de notícias no Brasil. Nessa condição estão 2968 cidades e nelas vivem 29,3 milhões de pessoas, o que corresponde a 13,8% da população brasileira. Na faixa dos quase desertos, estão outros 1460 municípios, onde vivem mais 31,8 milhões de brasileiros.

(LUDTKE, S. Atlas da Notícia, 2022, adaptado)

Nesse contexto, é correto afirmar que

- (A) os moradores das localidades consideradas desertos de notícias não têm acesso à informação jornalística, enquanto nos quase desertos só há acesso à programação nacional.
- (B) mais de quatro mil municípios não têm iniciativas de jornalismo independente, sendo seu acesso à informação restrito aos veículos da mídia estatal local.
- (C) localidades consideradas desertos de notícias têm acesso apenas a veículos de comunicação audiovisual (TV + Rádio); já os quase desertos têm também jornalismo impresso.
- (D) mais de 60 milhões de brasileiros só têm acesso à informação jornalística produzida por veículos de mídia corporativa nacional.
- (E) são consideradas desertos de notícias as localidades que não têm qualquer veículo de jornalismo local, enquanto os quase desertos têm apenas um ou dois.

55

A First Draft propõe sete categorias para tentar classificar os tipos de desordem informacional. São elas: Conexão Falsa; Conteúdo Enganoso; Contexto Falso; Sátira; Conteúdo Impostor; Conteúdo Manipulado e Conteúdo Fabricado.



A peça acima se enquadra na categoria

- (A) Conexão Falsa.
- (B) Conteúdo Manipulado.
- (C) Conteúdo Fabricado.
- (D) Contexto Falso.
- (E) Sátira.

56

A desordem informacional é constituída por conteúdos que podem ser categorizados como desinformação, mesinformação ou malinformação.

Sobre tais conteúdos, avalie as afirmativas a seguir.

- I. Desinformação é um conteúdo intencionalmente falso criado para causar danos, que pode ter entre suas motivações ganhar dinheiro ou ter influência política.
- II. A mesinformação descreve o compartilhamento intencional de informações falsas ou genuínas, desde que fora de contexto com objetivo de conquistar *clickbaits*.
- III. A malinformação refere-se ao conteúdo falso ou enganoso disseminado, de modo bem-intencionado, por pessoas mal-informadas, que não checam as fontes.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e III, apenas.
- (E) I, II e III.

57

A Constituição brasileira estabelece que cabe à União explorar diretamente ou mediante concessão os serviços de rádio e TV.

No Art. 221 do Capítulo V, ela estabelece que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios, à exceção de um. Assinale-o.

- (A) Estímulo à produção independente que objetive a divulgação e a promoção da cultura nacional e regional.
- (B) Preferência para finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.
- (C) Promoção da veiculação de informações e livre manifestação do pensamento, desde que não apresentem viés político ou ideológico.
- (D) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.
- (E) Regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei.

58

O professor Everardo Rocha, ao estudar o consumo nas mais diversas instâncias, procura classificá-lo em quatro perspectivas:

1. hedonista
2. moralista
3. naturalista
4. utilitária

De acordo com cada uma delas, o conceito pode ser assim entendido

- () Característico do espírito humano, o consumo, de acordo com essa perspectiva, é visto como biologicamente necessário e universalmente experimentado.
- () Com grande carga apocalíptica, essa perspectiva considera o consumo o responsável pelas mazelas sociais e que, portanto, deve ser alvo de severas críticas.
- () Predominante no marketing, as pesquisas, sob essa perspectiva de consumo, buscam identificar os comportamentos dos consumidores para melhor atendê-los e vender mais.
- () Característica do discurso publicitário e considerada a mais famosa ideologia aplicada ao consumo, essa perspectiva baseia-se na ideia de que o ato de consumir traz felicidade.

As características citadas correspondem, respectivamente, às perspectivas

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

59

Ao detalhar um planejamento de comunicação, para além da *earned media*, deve-se considerar também as *owned* e *paid media*.

Entre os pontos fortes da *owned media*, podem ser citados

- (A) controle das publicações e audiência de nicho.
- (B) alto índice de envolvimento e confiabilidade.
- (C) alto potencial de *buzz* e viralização externa.
- (D) alta responsividade de anúncios e posts patrocinados.
- (E) maior credibilidade e garantia de resultados positivos.

60

A edição mais recente do Atlas da Notícia identificou redução do número de veículos impressos na Região Sudeste. O estado onde a queda foi maior, em números absolutos, foi Minas Gerais: vinte e sete títulos. São Paulo registrou cinco a menos; o Espírito Santo, quatro; o Rio de Janeiro, três.

Entre os veículos, com sede na região, que fecharam suas portas ou migraram integralmente para o online entre 2021 e 2022, está

- (A) Folha de São Paulo.
- (B) Revista Época.
- (C) Jornal do Brasil.
- (D) Revista Veja.
- (E) O Globo.

61

O uso de dispositivos móveis deixou de ser novidade na rotina de produção jornalística e o MOJO, como é conhecido o jornalismo móvel, segue evoluindo.

Sobre o MOJO, é correto afirmar que

- (A) é característico do jornalismo independente, não podendo ser adaptado às grandes corporações de mídia.
- (B) o MOJO Kit é composto por equipamentos pesados e de uso exclusivamente profissional, o que encarece a atividade.
- (C) demanda uma equipe com mais profissionais multidisciplinares para realização de reportagens externas.
- (D) é exclusivo de reportagens para veículos *online*, não sendo aplicável para produções televisivas e jornalismo impresso.
- (E) a produção, edição e distribuição da informação podem ser realizadas pelo mesmo aparelho e no local da reportagem.

62

Ao observar a programação da TV brasileira, José Carlos Aronchi procurou agrupar as produções em cinco categorias:

1. Informação
2. Entretenimento
3. Educação
4. Publicidade
5. Outros

Nelas estariam incluídas as seguintes produções

- () Quiz shows; sitcom; reality shows e talk shows
- () Transmissões de eventos e programas religiosos
- () Horário político, sorteios e chamadas de programas
- () Programas de debates, entrevistas e telejornais
- () Programas instrutivos e produções com conteúdo escolar

Essas produções correspondem, respectivamente, às categorias

- (A) 1; 5; 4; 3; 2.
- (B) 2; 5; 4; 1; 3.
- (C) 5; 1; 4; 3; 2.
- (D) 2; 4; 5; 1; 3.
- (E) 1; 2; 4; 3; 5.

63

Para Jorge Duarte, em gestão de mídias sociais na assessoria de imprensa, “monitoramento é o novo *clipping*”; por esse motivo, o monitoramento deve

- (A) detectar e desconsiderar perfis não autorizados, pois o que eles publicam pode ser falso e não tem alcance suficiente para gerar ruído prejudicial ao cliente.
- (B) ser amplo, instantâneo e em tempo integral, levando em conta, além das postagens sobre a organização, os atores sociais de interesse e temas em que ela atua.
- (C) priorizar o monitoramento fornecido pelas redes sociais e aplicativos gratuitos, devido à falta de empresas especializadas nesse serviço.
- (D) filtrar os resultados de contas corporativas, excluindo os perfis, inclusive os de figuras públicas, pois neles a informação é pessoal e, portanto, irrelevante.
- (E) focar-se na mídia de referência, ignorando blogueiros e youtubers, devido a sua baixa capacidade de mobilização de públicos de interesse.

64

Ao apresentar a noção de Marketing 5.0, Philip Kotler propõe:

“É hora de as empresas liberarem plenamente a força das tecnologias avançadas em suas estratégias, táticas e operações de marketing. A tecnologia deve ser alavancada para o bem da humanidade.”

Nessa nova perspectiva, as ações de marketing superam as anteriores ao se centrarem

- (A) no uso da tecnologia para garantir a qualidade e a utilidade do produto pelo menor custo possível.
- (B) na aplicação de tecnologias, como a inteligência artificial, que mimetizam o comportamento humano para criar, comunicar e aumentar o valor na jornada do cliente.
- (C) no atendimento presencial e pessoal das necessidades espirituais e valores do ser humano.
- (D) na satisfação emocional e funcional do consumidor, baseada em experiências sensoriais e concretas com os produtos.
- (E) em estratégias onicanais para atender de modo padronizado e uniforme os públicos *online* e *offline*.

65

Avalie as seguintes afirmativas sobre o Marketing 5.0:

- I. O Marketing 5.0 terá que enfrentar desafios como: abismo entre as gerações; desequilíbrio na distribuição da riqueza e fosso que separa os que acreditam e os que não acreditam na digitalização.
- II. Os cinco componentes fundamentais do Marketing 5.0 são marketing preditivo, marketing aumentado, marketing contextual, marketing direcionado por dados e marketing ágil.
- III. O Marketing 5.0 se baseia no poder tecnológico do marketing 3.0 e na antropocidade do Marketing 4.0, de modo a entregar um marketing personalizado e focado no produto, como exige o Marketing 2.0.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

66

A comunicação interna pode ter, entre outras, as seguintes características e funções dentro de uma organização, à exceção de uma. Assinale-a.

- (A) Primar pelo equilíbrio entre os assuntos de interesse dos empregados e os que a empresa pretende e precisa divulgar.
- (B) Promover o conhecimento em todos os níveis, adaptando a mensagem sempre que necessário.
- (C) Instaurar de maneira clara a confiança em relação à identidade da empresa.
- (D) Controlar os fluxos ascendentes de comunicação, priorizando a emissão de notas oficiais e impedindo a “rádio-corredor”.
- (E) Divulgar iniciativas de sucesso e boas práticas das equipes de trabalho.

67

Levando em conta a importância da comunicação em um cenário de crise, avalie as orientações a seguir:

- I. A publicação de notas e comunicados à imprensa é suficiente para conter crises que não envolvam grande número de mortos ou feridos.
- II. Numa crise, a organização não deve demonstrar medo, razão pela qual precisa comandar as ações de comunicação o mais rápido possível e evitar a postura do “nada a declarar”.
- III. As más notícias devem ser comunicadas aos poucos; os públicos de interesse devem ser monitorados e avaliados para que, em caso de *feedback* negativo, as interações cessem.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

68

A consulta a informações produzidas por órgãos públicos brasileiros, desde que os dados não estejam protegidos por sigilo legalmente estabelecido, é garantida pela Lei de Acesso à Informação (LAI).

Para usar a LAI, os jornalistas devem

- (A) identificar o órgão responsável pela informação solicitada e evitar fazer muitas perguntas diferentes no mesmo pedido.
- (B) priorizar solicitações vagas e abrangentes de modo a não revelar os rumos da investigação jornalística.
- (C) se recusar a recorrer de indeferimentos, salvo se a solicitação tiver sido excessivamente detalhada e a resposta for vaga.
- (D) pedir informações sobre os gastos do governo, especialmente se já estejam disponíveis no Portal da Transparência.
- (E) para preservar o sigilo da apuração, só recorrer à LAI poucos dias antes da data prevista para a publicação da matéria.

69

Por conta dos impactos do fenômeno na vida e nos meios de subsistência em todo o mundo, o termo cunhado pela UNESCO para se referir especificamente à desinformação em relação à COVID-19 na pandemia foi

- (A) Desinfodemia.
- (B) *Fake News*.
- (C) Pós-verdade.
- (D) Câmara de Eco.
- (E) Infocovidemia.

70

Feature pode ser visto como um gênero jornalístico que supera o caráter factual das notícias ao aprofundar um assunto e buscar uma dimensão mais atemporal.

Nesse sentido, ele se opõe a

- (A) *Softnews*.
- (B) entrevista jornalística.
- (C) *Hardnews*.
- (D) reportagem temática.
- (E) *on the records*.

71

Os manuais de redação costumam ressaltar a importância de evitar cacófonos mesmo nos veículos impressos.

Identifique a sentença a seguir que **não** apresenta esse problema.

- (A) Jogador do Santos marca gol logo no início da partida.
- (B) 2023 será o ano do boom da construção civil.
- (C) Rejeição a governador chega a 52% no interior do estado.
- (D) Governo confisca gado que pastava em terras produtivas.
- (E) Milionária procura uma herdeira para deixar suas joias.

72

Eventos podem ser classificados de acordo com os interesses em sua realização.

Assinale a opção que apresenta eventos que podem ser considerados de interesse diretamente comercial.

- (A) Shows e vernissages.
- (B) Competições e gincanas.
- (C) Feiras e leilões.
- (D) Conclaves e concílios.
- (E) Congressos e seminários.

73

O *briefing* é um documento importante para embasar o processo de criação publicitária, razão pela qual ele deve ser

- (A) suficientemente genérico para ser aplicável a diversos clientes do mesmo segmento.
- (B) um extenso relatório de pesquisa contendo apenas dados numéricos sobre o mercado no qual o cliente atua.
- (C) um texto rebuscado fornecido pelo cliente ao profissional de planejamento da agência.
- (D) um roteiro para que o departamento de criação publicitária execute as ideias do cliente.
- (E) conciso, de fácil entendimento e com objetivos claros para que as demandas do cliente possam ser atendidas.

74

A criação publicitária faz uso de uma linguagem centrada no destinatário da mensagem, buscando convencê-lo a tomar uma atitude favorável ao produto, serviço ou causa anunciada.



Por esse motivo, a função da linguagem nas peças ilustradas acima é

- (A) conativa.
- (B) denotativa.
- (C) referencial.
- (D) fática.
- (E) metalinguística.

75

O *Google News Initiative* disponibiliza treinamentos e ferramentas do Google que visam a facilitar a produção de notícias e de conteúdo e a viabilizar monetização e receita para os *publishers*.

As ferramentas se dividem em três grupos principais: 1. Entendimento e crescimento da audiência; 2. Fortalecimento das habilidades do jornalismo digital e 3. Crescimento da Receita.

São exemplos de cada grupo, respectivamente,

- (A) *Google Funding Choices; Google Scholar; Google Earth.*
- (B) *Google Trends; Subscribe with Google; Google Analytics.*
- (C) *Google AdSense; Google Search; Realtime content insights.*
- (D) *News tagging Guide; Google Maps; Google News Showcase.*
- (E) *Jornalistic Studio; News Consumer Insights; Google Ad Manager.*

76

Leia o trecho abaixo, integrante do artigo WebTV: Perspectivas para Construções Sociais Coletivas.

A evolução das transmissões digitais, atualmente concretizada pela Internet, vem traçando novos paradigmas de comunicação, como a vídeo e a áudio conferência. Meios de transmissão mais _____ e com maior alcance e poder de comunicação estão ampliando ainda mais _____, e esse cenário é válido também para a televisão. É visível atualmente a grande influência que os meios de comunicação de massa vêm sofrendo com os avanços tecnológicos. As grandes corporações, desde o início da comunicação de massa, sempre foram _____ que atuavam como _____. Diziam o que deveria ou não entrar para a agenda social cotidiana, influenciando assim na formação da opinião pública e gostos populares. Essas grandes corporações ainda existem atualmente, fortalecidas com o grande capital que gira em torno _____. Porém, com a entrada das novas tecnologias no cenário mundial, eliminaram-se muitos dos filtros intermediários das organizações de mídia, encolhendo o tamanho mínimo do seu funcionamento. Em muitos casos, a linha divisória entre receptores e fontes vem se tornando cada vez mais _____.

(RIBEIRO: 2008, p.5, adaptado)

Assinale a opção que completa o texto corretamente.

- (A) complexos; a monetização; grupos familiares; disseminadores de desinformação; das transmissões de esportes; oculta.
- (B) baratos; as possibilidades; grupos de elite; filtros sociais; do entretenimento; tênue.
- (C) caros; a segmentação; grupos monopolistas; gatekeepers; dos interesses político partidários; visível.
- (D) simples; a concentração de capital; organizações populares; gatewatchers; das produções culturais; marcada.
- (E) acessíveis; os empregos formais; organizações autoritárias; controladores de informação; da programação ao vivo; sinuosa.

77

A Busca do CrowdTangle é uma ferramenta que costuma ser usada por jornalistas para pesquisa em redes sociais. Contudo, seus resultados **não** incluem

- (A) publicações efêmeras como os Stories do Instagram.
- (B) textos em imagens postadas no Facebook.
- (C) postagens em grupos públicos do Facebook.
- (D) publicações feitas no Twitter há menos de uma semana.
- (E) postagens em contas públicas do Instagram.

78

Devido às especificidades da assessoria de imprensa, segundo o Código de Ética dos Jornalistas Profissionais, o assessor **não** está obrigado a

- (A) preservar a identidade de pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo permitida a identificação apenas pela voz e pelos traços físicos.
- (B) rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, condenando o eventual uso de recursos de fotomontagem e outras manipulações.
- (C) respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.
- (D) ouvir, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística.
- (E) buscar dados que fundamentem as informações de interesse público e que reforcem a versão do assessorado.

79

Observe a imagem abaixo. Ela foi publicada no jornal *Folha de São Paulo*, em janeiro de 2023, e suscitou muitas discussões sobre a ética profissional.



Muitos criticaram a publicação da foto, em especial a Associação Brasileira de Imprensa, em função

- (A) de o Manual da Folha de São Paulo permitir e estimular o uso de pós-produção nas fotografias para aumentar o impacto das imagens de primeira página.
- (B) de inexistência de crédito na imagem, para esconder a autoria da obra, ferindo assim a Lei n. 9.610, que regula o Direito Autoral na fotografia.
- (C) da falta de posicionamento público da autora da foto e de informações na primeira página sobre a técnica utilizada para execução da imagem.
- (D) do uso de *software* de pós-produção para sobrepor duas fotografias feitas por fotógrafos distintos e em dias e situações diferentes.
- (E) de o uso da múltipla exposição ferir o princípio consagrado do fotojornalismo que é a captura do instante.

80

Segundo o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária,

- (A) permite-se publicidade comparativa apenas quando houver apelo para aspectos emocionais das marcas.
- (B) deve-se priorizar o uso de propaganda subliminar quando o público-alvo for composto por adolescentes e jovens.
- (C) independentemente da autorização da pessoa retratada ou imitada, os anúncios testemunhais permitem o uso de sócias, desde que estes sejam convincentes na apresentação das características do produto anunciado.
- (D) peças publicitárias podem usar fotos de grandes grupos em que os indivíduos possam ser reconhecidos, desde que não envolvam um contexto difamatório, ofensivo ou humilhante.
- (E) sem aviso prévio ao consumidor, pode-se usar a palavra "grátis" ou expressão de idêntico significado apenas quando os custos de aquisição do que foi prometido se restringirem a despesas com frete, entrega ou serviço postal.

Realização

