



CÂMARA MUNICIPAL  
DE PARNAMIRIM/RN  
Poder Legislativo

Concurso Público - Edital nº 001/2019

## Jornalista

### Leia estas instruções:

- 1 Confira se os dados contidos na parte inferior desta capa estão corretos e, em seguida, assine no espaço reservado.
- 2 Este Caderno contém **35 questões** de múltipla escolha, assim distribuídas: **01 a 10** ▶ Língua Portuguesa; **11 a 35** ▶ Conhecimentos Específicos.
- 3 Se o Caderno estiver incompleto ou apresentar imperfeição gráfica que impeça a leitura, solicite imediatamente ao Fiscal que o substitua.
- 4 Cada questão apresenta quatro opções de resposta, das quais apenas uma é correta.
- 5 Interpretar as questões faz parte da avaliação; portanto, não peça esclarecimentos aos fiscais.
- 6 Use caneta esferográfica confeccionada em material transparente, preferencialmente de tinta na cor preta.
- 7 Utilize qualquer espaço em branco deste Caderno para rascunhos e não destaque nenhuma folha.
- 8 Os rascunhos e as marcações que você fizer neste Caderno não serão considerados para efeito de avaliação.
- 9 Você dispõe de, no máximo, **três horas** para responder às questões de múltipla escolha e preencher a Folha de Respostas.
- 10 O preenchimento da Folha de Respostas é de sua inteira responsabilidade.
- 11 Antes de se retirar definitivamente da sala, **devolva** ao Fiscal a **Folha de Respostas e este Caderno**.

Assinatura do Candidato: \_\_\_\_\_



Câmara Municipal de Parnamirim  
**Deem-me minhas mãos, que eu quero colher flores.**  
José Bezerra Gomes





As questões de 1 a 10 desta prova são baseadas no texto a seguir.

### Gênero, brilhantismo e esforço

*Carreiras supostamente para pessoas muito inteligentes atraem menos mulheres. Seria uma coincidência? A ciência já encontrou a resposta*

Por Dr. Daniel Barros

- 1 Se você tiver oportunidade de ir a um *playground* (e tiver espírito investigativo), faça a seguinte experiência: peça às crianças que apontem quais colegas consideram "muito, muito espertos". Anote os resultados. Então, espere um ano – fazer ciência requer paciência – e pergunte novamente. Faça novas anotações e compare com as anteriores.
- 2 Sem saber, você terá feito uma tentativa de replicação de um estudo publicado em janeiro de 2017, na prestigiosa revista *Science*. E, se conseguir replicar os resultados, descobrirá que, até os 5 anos, não há diferença entre a quantidade de meninos ou meninas apontados como realmente inteligentes. A partir dos 6 anos, contudo, as meninas passam a incluir mais meninos do que meninas nessa categoria. É quando elas perdem o interesse em participar de brincadeiras para crianças muito espertas.
- 3 A história por trás dessa pesquisa é curiosa. A filósofa Sarah-Jane Leslie e o psicólogo Andrei Cimpian notaram que algumas áreas valorizavam muito mais o brilhantismo do que o esforço de seus pesquisadores. A filosofia, ao contrário da psicologia, esperava que apenas gênios procurassem a carreira, parecia-lhes.
- 4 Eles sabiam também, como todo mundo, que algumas áreas apresentam maior discrepância de gênero do que outras. Viam que a psicologia tinha muito mais facilidade de atrair mulheres do que a filosofia, por exemplo. Seria coincidência o fato de uma valorizar mais o brilhantismo do que outra? Ou essa aura estaria afastando as mulheres?
- 5 Para testar essa hipótese, eles perguntaram a milhares de cientistas quanto eles acreditavam que, para ter sucesso em seu campo, era necessário ser brilhante (em vez de ser esforçado). Analisando mais de 2 mil respostas, foram capazes de estabelecer um *score* para o quanto cada área valorizava uma suposta genialidade. Comparando com a quantidade de mulheres – e também de afro-americanos – em cada uma delas, descobriram uma associação inversa entre o índice de valorização do brilhantismo e a representatividade das minorias. Quanto mais se esperava que seus membros fossem gênios, menos mulheres e negros havia. Mesmo considerando fatores como quantidade de horas de trabalho, intensidade de raciocínio matemático requerido, fosse na comparação entre humanas, exatas e biológicas, fosse dentro de cada campo, a correlação não falhava.
- 6 Foi quando, cientistas rigorosos que são, quiseram investigar se era apenas uma coincidência, sem relação de causa e efeito, ou se, de fato, os homens eram mais identificados com o brilhantismo do que as mulheres. Fizeram, então, o estudo com as crianças, mostrando que esse estereótipo não só surge cedo como afasta precocemente as meninas de atividades que, elas acreditam, requerem grande inteligência.
- 7 Meninos e meninas podem ter aptidões diferentes naturalmente? Estatisticamente, sim. Mas isso faz pouca diferença na prática. O que faz diferença é martelar na cabeça das crianças que cada um pode ser o que quiser, independentemente de seu gênero. Mas isso só acontecerá quando os adultos estiverem convictos.

BARROS, Daniel. Gênero, brilhantismo e esforço. **Galileu**. São Paulo, Editora Globo, Nº 333, mar. 2019. p.71 [Adaptado]

01. O propósito comunicativo prioritário do texto é
- A) expor que meninas são mais aptas para atividades que exigem esforço.
  - B) explicar que homens e mulheres são diferentes do ponto de vista biológico.
  - C) demonstrar que meninas e meninos podem ser aptos a realizar qualquer tarefa.
  - D) defender que meninos são mais aptos para atividades que exigem brilhantismo.
02. A leitura do texto permite inferir que
- A) há uma relação entre gênero, capacidade intelectual e esforço que é determinada pelas características biológicas de homens e mulheres.
  - B) a perda de interesse das meninas por atividades associadas ao brilhantismo está relacionada ao fato de elas acreditarem que os meninos são mais esforçados.
  - C) a baixa participação feminina em algumas áreas do conhecimento está mais relacionada à criação de estereótipos do que à falta de aptidão das mulheres.
  - D) há áreas do conhecimento em que a relação entre brilhantismo e participação feminina não ocorre como esperado nas pesquisas referenciadas.
03. Considere o excerto a seguir: “Carreiras supostamente para pessoas muito inteligentes atraem menos mulheres. Seria uma coincidência? A ciência já encontrou a resposta”.
- A resposta a que se refere o excerto encontra-se
- A) no parágrafo 6.
  - B) nos parágrafos 2 e 3.
  - C) no parágrafo 4.
  - D) nos parágrafos 1 e 2.
04. O título do texto
- A) antecipa um contra-argumento desenvolvido no decorrer dos parágrafos.
  - B) contém um argumento desenvolvido no decorrer dos parágrafos.
  - C) apresenta a opinião central defendida no conjunto dos parágrafos.
  - D) sinaliza o tema abordado no conjunto dos parágrafos.
05. No primeiro parágrafo do texto, predomina a sequência
- A) argumentativa.
  - B) injuntiva.
  - C) explicativa.
  - D) narrativa.

**Para responder às questões 06, 07, 08 e 09, considere o parágrafo transcrito abaixo.**

A história por trás **dessa pesquisa[1]** é curiosa. A filósofa Sarah-Jane Leslie e o psicólogo Andrei Cimpian notaram **que[2]** algumas áreas valorizavam muito mais o brilhantismo do que o esforço de seus pesquisadores. A filosofia, ao contrário da psicologia, esperava **que[3]** apenas gênios procurassem a carreira, parecia **lhes[4]**.

06. Considerando a tradição gramatical sobre pontuação, afirma-se corretamente:
- A) o segundo ponto poderia, sem alteração do sentido do trecho, ser substituído por sinal de interrogação.
  - B) as duas primeiras vírgulas poderiam, com alteração de sentido do trecho, ser substituídas por parênteses.
  - C) a última vírgula poderia, com alteração de sentido do trecho, ser substituída por travessão.
  - D) o primeiro ponto poderia, sem prejuízo do sentido do trecho, ser substituído por dois-pontos.

- 07.** A sequência linguística **[1]** exemplifica um mecanismo de coesão
- A)** por elipse de termo presente no parágrafo seguinte.
  - B)** referencial e antecipa informação presente no parágrafo seguinte.
  - C)** por elipse de termo presente no parágrafo anterior.
  - D)** referencial e retoma informação presente no parágrafo anterior.
- 08.** Os elementos linguísticos **[2]** e **[3]** pertencem
- A)** à mesma classe gramatical e introduzem orações adjetivas.
  - B)** à mesma classe gramatical e introduzem objetos diretos.
  - C)** a classes gramaticais diferentes e introduzem complementos nominais.
  - D)** a classes gramaticais diferentes e introduzem orações substantivas.
- 09.** O elemento linguístico **[4]** retoma
- A)** “A filósofa Sarah-Jane Leslie e o psicólogo Andrei Cimpian”.
  - B)** “algumas áreas”.
  - C)** “seus pesquisadores”.
  - D)** “apenas gênios”.
- 10.** A linguagem empregada no texto tende à
- A)** conotação e ao registro formal, estando adequada ao gênero discursivo.
  - B)** denotação e ao registro informal, estando inadequada ao gênero discursivo.
  - C)** denotação e ao registro formal, estando adequada ao gênero discursivo.
  - D)** conotação e ao registro informal, estando inadequada ao gênero discursivo.



11. Diversos dispositivos técnicos são necessários ao processo de produção de notícia de um telejornal. Um desses dispositivos, conhecido por *teleprompter*, é utilizado como
- A) aviso de chamada para entrada ao vivo.
  - B) material de apoio para gravação de *off*.
  - C) roteiro de pauta para o repórter.
  - D) suporte de texto para o apresentador.
12. Diversas são as atribuições de uma assessoria de comunicação. Nesse contexto, o *clipping* é uma atividade que
- A) organiza o currículo dos principais dirigentes da organização.
  - B) substitui a mídia espontânea pelo conteúdo publicitário na organização.
  - C) sugere pauta para notícias e reportagens sobre a organização.
  - D) arquivam matérias de jornais e revistas impressos e digitais sobre a organização.
13. A depender do tipo de deficiência física que o usuário possa apresentar, diferentes mecanismos de acessibilidade podem ser adotados. O mecanismo utilizado na comunicação especificamente para pessoas com deficiência visual é chamado de
- A) fotografia digital.
  - B) legenda oculta.
  - C) intérprete de Libras.
  - D) audiodescrição.
14. No papel de “ponte” entre a instituição e os veículos de comunicação, as assessorias de imprensa apoiam-se no conhecimento que detêm sobre o funcionamento da mídia. Uma técnica ainda bastante usada nesse relacionamento é o *Press-Release*. Trata-se de um texto encaminhado às redações com a finalidade de ser recebido como
- A) uma matéria pronta para publicação.
  - B) uma sugestão de pauta de matéria.
  - C) um comunicado oficial à população.
  - D) um convite para uma visita técnica.
15. Os usuários de internet manifestam diversas reações aos conteúdos recebidos. Em um *site* institucional na internet, a referência a “visitantes únicos” aplica-se
- A) à métrica para mensurar a audiência.
  - B) ao cadastro de jornalistas especiais.
  - C) à lista de seguidores preferenciais.
  - D) ao acesso restrito de páginas do portal.
16. O resumo de uma notícia, com ilustração ou não, colocada quase sempre na primeira página de uma publicação impressa ou digital, indicando a página em que a notícia será lida, é uma estratégia comumente utilizada para atrair a atenção do público. Esse recurso é conhecido por
- A) manchete.
  - B) intertítulo.
  - C) chamada.
  - D) legenda.

17. Nos portais de internet, são usados recursos de atração visual acompanhados de textos e imagens. Janelas flutuantes que se abrem sobrepondo a tela do *browser*, muito usadas para notícias importantes ou para promoções, são chamadas de
- A) hashtag.
  - B) pop-up.
  - C) spam.
  - D) post.
18. As assessorias de comunicação estão fazendo largo uso do *podcast* para difundir conteúdo de interesse das organizações. Esse formato é essencialmente
- A) audiovisual.
  - B) imagético.
  - C) sonoro.
  - D) mimético.
19. Dentre as técnicas de redação de notícias, uma é conhecida como “pirâmide invertida”. Nela, o jornalista deve
- A) iniciar a matéria com uma declaração textual entre aspas.
  - B) dispensar o uso do lide como parágrafo introdutório da matéria.
  - C) colocar as informações importantes em ordem decrescente.
  - D) construir uma narrativa com base nos verbos em primeira pessoa.
20. A conquista de espaço editorial na mídia é uma atividade extremamente competitiva, sob responsabilidade direta das assessorias de comunicação. Uma forma ética de aumentar a presença de uma instituição no noticiário de um jornal é
- A) aplicar procedimentos do *newsmaking* na comunicação.
  - B) manter uma atitude *low profile* com os jornalistas.
  - C) condicionar a publicidade nos veículos dos *mass media*.
  - D) excluir os jornalistas da condição de *stakeholder*.
21. A comunicação organizacional institucional realizada em situação de crise requer a atuação eficiente de um “porta-voz”. Essa é uma função
- A) obrigatória de um jornalista da instituição.
  - B) preferencial de uma pessoa habilitada.
  - C) exclusiva do presidente máximo da instituição.
  - D) aleatória de qualquer representante oficial.
22. No relacionamento com a imprensa, o “*off the records*” é um recurso que só deve ser usado pelo gestor ou dirigente de uma instituição sob orientação da assessoria de comunicação. Nesse caso, a orientação padrão é
- A) expandir o uso desse recurso nas redes sociais.
  - B) evitar o uso generalizado desse recurso.
  - C) massificar o uso desse recurso indistintamente.
  - D) aplicar o uso desse recurso de modo seletivo.

23. Quando da aprovação de *releases*, sugestões de pauta e notas propostas pela assessoria de comunicação de uma instituição, relativos a determinado assunto, de acordo com os Manuais de Assessoria de Imprensa a função do dirigente da instituição, restringe-se à
- A) mudança do enfoque do assunto.
  - B) redação conjunta com o assessor.
  - C) alteração do tom da mensagem.
  - D) revisão do conteúdo da informação.
24. As inovações tecnológicas trouxeram dinâmicas diferentes para a produção de textos jornalísticos. No contexto do jornalismo digital, a *hashtag* é usada para
- A) agrupar um conjunto de assuntos.
  - B) excluir comentários inadequados.
  - C) alterar a forma de uma imagem.
  - D) exigir código de acesso ao conteúdo.
25. O excerto abaixo refere-se à publicação de fotos e textos sob responsabilidade de uma assessoria de comunicação. Trata-se de um processo judicial de interesse de uma jornalista contratada por uma empresa brasileira, com alegação de danos morais. A ação não questiona que o produto do trabalho da autora, como empregada jornalista da empresa, pode ser explorado pela empresa – uma vez que este é exatamente o objeto principal do contrato de trabalho –, mas o fato de ocultar o nome da profissional como autora dos conteúdos.

[...] Na reclamação trabalhista, a jornalista relata que, aprovada em concurso, foi contratada pela empresa em fevereiro de 2013. Ela conta que produz textos e fotografias jornalísticas que são publicados no site. [Na ação] pediu que a empresa fosse condenada a pagar indenização por danos morais. Já a [ré] alega que a autora da reclamação é jornalista empregada da empresa, e que, por força do contrato de trabalho assinado entre as partes, os textos e fotos produzidos pertencem ao empregador, que em contrapartida paga o salário devido.

Disponível em: [www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br). Acesso em: 05 abr. 2019.

Para lidar com situação semelhante, os manuais e estudiosos de assessoria de comunicação orientam o domínio dos termos do Código Civil, da Lei do Direito Autoral e do Código de Ética dos Jornalistas relativos ao “Direito de Personalidade”. Com base nesses dispositivos,

- A) a assessoria de comunicação está dispensada de dar créditos nas notícias e fotografias produzidas e publicadas em páginas de internet e intranet da instituição.
  - B) o jornalista tem o direito de receber crédito pelas fotos e pelos textos de sua autoria, mesmo que sejam publicados em um sistema interno de comunicação de uma empresa.
  - C) o cargo de jornalista de instituição não permite que seu nome seja exibido como autora intelectual e artística dos conteúdos.
  - D) a proteção à autoria, como criadora intelectual e artística, não se aplica à matéria jornalística e fotográfica.
26. O fenômeno conhecido por “*fake news*” tornou-se um desafio para os meios de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e jornais. No contexto da produção e difusão de informação à sociedade, esse fenômeno refere-se à prática de
- A) ampliar a circulação de informações verídicas nas redes sociais da internet.
  - B) gerar uma foto, um áudio ou um vídeo de uma situação que nunca existiu.
  - C) substituir uma informação em tempo real por uma em tempo deferido.
  - D) autenticar informação de um acontecimento público em tempo real.

27. A depender da situação comunicativa, privilegia-se o uso de uma determinada função da linguagem. Nesse contexto, dentre as funções da linguagem, aquela que se privilegia na redação de uma notícia é a
- A) fática.
  - B) conativa.
  - C) referencial.
  - D) emotiva.
28. O verbo é o ponto de articulação da sentença de uma notícia. A respeito do sistema de verbo, o uso padrão indicado para uma notícia é
- A) modo indicativo e emprego da terceira pessoa.
  - B) modo indicativo e emprego da primeira pessoa.
  - C) modo subjuntivo e emprego da terceira pessoa.
  - D) modo subjuntivo e emprego da segunda pessoa.
29. Existem duas modalidades clássicas de texto, o que expõe e o que narra. Considerando essa distinção, o que se aplica como estrutura padrão ao texto noticioso é ser
- A) predominante expositivo.
  - B) predominante narrativo.
  - C) equilibrado nas duas formas.
  - D) exclusivamente narrativo.
30. A recepção de conteúdos postados em redes sociais, a exemplo do Twitter, tem sido alvo de planejamento da comunicação organizacional. Ao “entrar nos *trends topics*” dessa rede social, o conteúdo postado por uma assessoria de comunicação foi
- A) considerado impróprio.
  - B) sofreu ação de apagamento.
  - C) suspenso de propagação.
  - D) bastante comentado no dia.
31. Os meios de comunicação têm responsabilidade social e são cobrados pela sociedade de diversas maneiras. Com relação ao exercício dessa responsabilidade, a inserção, geralmente colocada abaixo de um texto, com a seguinte ressalva “*este texto não reflete, necessariamente, a opinião do jornal*”, acompanha geralmente a publicação de
- A) reportagem especial.
  - B) editorial.
  - C) artigo assinado.
  - D) nota da redação.
32. Os portais de internet usam fotos cedidas por assessorias de comunicação. Com relação ao uso dessas fotos cedidas, do ponto de vista do direito autoral, é indispensável
- A) mencionar que a matéria foi produzida em colaboração.
  - B) informar qual assessoria de comunicação cedeu a imagem.
  - C) citar o nome do profissional que capturou a imagem.
  - D) registrar que foi cedida ou proveniente de arquivo.

33. Observe atentamente a seguinte composição de uma informação publicada em um portal de notícias do Brasil, no caso, o UOL.



Rodolfo Vicentini  
Do UOL, em São Paulo  
05/04/2019 04h00



A oitava edição do Lollapalooza Brasil acontece nos dias 5, 6 e 7 de abril no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, com atrações como Arctic Monkeys, Tribalistas, Sam Smith, Post Malone, Lenny Kravitz, Kendrick Lamar, Iza, Greta Van Fleet e muito mais.



Os portões serão abertos às 11h em todos os dias do festival e os shows rolam até 22h45 na sexta, 23h no sábado e 22h15 no domingo. A previsão do tempo é de muito calor e a temida chuva, então prepare a sua capa.

Não esqueça sua Lolla Cashless. Ela é o seu ingresso para o Lolla e apenas com o adereço você poderá comprar qualquer coisa dentro do festival. Carregue-a antes de entrar ou vá a um dos caixas espalhados pelo autódromo.

Veja a seguir todas as informações úteis para curtir o Lolla 2019.

Disponível em: [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br). Acesso em: 05 abr. 2019.

De acordo com os postulados do jornalismo de internet e as orientações de produção de notícia para o meio digital, a publicação

- A) usa o verbo no presente quando deveria ser no futuro.
- B) escreve os horários do evento fora dos padrões.
- C) registra a autoria do texto infringindo normas vigentes.
- D) disponibiliza mecanismo de acessibilidade.

34. Na edição jornalística, existem vários recursos para complementar a informação. Um deles é a legenda, que é um recurso utilizado na edição de uma

- A) fotografia de jornal.
- B) imagem de televisão.
- C) abertura de programa.
- D) nota de redação de rádio.

35. Observe as sentenças abaixo.

I	Formado exclusivamente por jornalistas
II	Composição máxima de cinco integrantes
III	Atribuição consultiva e opinativa
IV	Exigido apenas para os meios impressos
V	Composição eclética e voluntária

De acordo com as orientações dominantes, as sentenças que se aplicam ao funcionamento de um Conselho Editorial nos meios de comunicação são

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