

CHAVE DE RESPOSTAS – LÍNGUA INGLESA

TEXTO 1 :

1. (VALOR: 1,2 – 0,3 cada)

- a) b) X c) d) X

2. (VALOR: 2,3)

a) (VALOR: 0,9)

A corte malaia define notícias falsas como sendo notícias, informações, dados e relatos que são inteiramente ou parcialmente falsos. (0,3) Podem ser configuradas como notícias falsas postagens ou mensagens em mídias sociais e meios de comunicação digitais, incluindo vídeo e áudio. (0,3) A lei se aplica a qualquer um que espalhe maliciosamente notícias falsas dentro e fora do país, incluindo estrangeiros, contanto que a Malásia ou seus cidadãos sejam afetados. (0,3)

b) (VALOR: 0,7)

O advogado acredita que a lei criará um efeito aterrador sobre a liberdade de expressão. (0,3) A definição abrangente de "notícias falsas" e a natureza imprecisa de algumas cláusulas podem levar a abusos, (0,2) bem como à implementação seletiva e arbitrária da lei. (0,2)

c) (VALOR: 0,7)

A União Europeia está buscando meios de combater as notícias falsas, principalmente reprimindo empresas de mídias sociais (0,2) A UE quer um "plano de jogo limpo" que estabeleça as regras sobre como os meios de comunicação social podem operar durante os períodos eleitorais nevrálgicos. (0,2) King quer mais transparência para os algoritmos internos usados pelos sites, novos limites sobre a coleta de informações pessoais para fins políticos e transparência quanto ao financiamento de conteúdo patrocinado em sites. (0,3)

3. (VALOR: 1,5 – 0,3 cada)

- a) F b) V c) V d) F e) F

TEXTO 2

4. (VALOR: 1,5)

a) (VALOR: 0,5)

Quando os jovens veem imagens de celebridades, exibindo corpos perfeitos e cenários exóticos nas redes sociais, se sentem pressionados a atingir padrões de imagem corporal inatingíveis. Esse ideal de beleza e de perfeição podem causar problemas de saúde mental.

b) (VALOR: 0,5)

O estudo revelou que o fato de ter um celular aos 10 anos de idade pode aumentar a pressão para que esses usuários pareçam perfeitos em suas vidas online.

c) (VALOR: 0,5)

Os usuários das mídias sociais precisam parar de editar suas fotos e responsabilizar as marcas e organizações por não promoverem imagens de corpos saudáveis e diversidade.

5. (VALOR: 1,5 – 0,3 cada)

- a) F b) V c) F d) V e) V