

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO CEARÁ

# Gabaritei

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ  
Edifício Senador César de Góes

# BEM-VINDO (A)

Você acaba de acessar a amostra do nosso **material completo com plano estratégico de 30 dias** para o **Concurso ALE CE!**

Antes de continuar, é importante alinhar uma coisa: o problema não é falta de estudo. É falta de **organização**.

Muitos candidatos já têm acesso a bons conteúdos, mas não conseguem transformar isso em resultado. Acumulam PDFs, assistem aulas, salvam materiais... mas não sabem exatamente por onde começar, o que priorizar ou como avançar.

O estudo fica fragmentado. Sem sequência. Sem clareza. E, com o tempo, isso gera a sensação de estar sempre estudando — mas nunca evoluindo de verdade.

Quando a preparação não tem direção, até o conteúdo mais completo perde valor. É justamente nesse ponto que este material foi construído para atuar. Aqui, você não recebe apenas conteúdo. Você recebe um **caminho**.

Um **material completo**, que cobre todo o edital, aliado a um **plano estratégico de 30 dias** que organiza o seu estudo de forma progressiva, lógica e executável.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

A proposta é simples: eliminar a desorganização, concentrar o seu esforço no que realmente importa e permitir que você avance com **consistência**, sem depender de múltiplos materiais ou decisões a todo momento.

Ao longo das páginas, você encontrará uma abordagem direta e didática, com conteúdo esquematizado, exemplos práticos, tabelas organizadas e destaques nos pontos essenciais, além da inserção pontual de questões e jurisprudência quando contribuem para a compreensão.

O foco não é apenas estudar mais, mas estudar melhor – com **clareza, organização e propósito**.

A ideia não é apenas te entregar conteúdo, mas estruturar a sua preparação. Mostrar exatamente o que estudar, quando estudar e como avançar ao longo dos próximos **30 dias**.

Nas próximas páginas, você vai conhecer um pouco do material que vai organizar de vez a sua preparação.

Caso queira ter acesso ao material completo, clique no botão abaixo:

**QUERO SER APROVADO!**

Chegou a hora de assumir o controle do seu estudo. Vamos nessa?!

# COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS



## 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A compreensão e a interpretação de textos constituem o núcleo central das provas de Língua Portuguesa em concursos públicos. Independentemente do cargo ou da banca examinadora, é praticamente certo que o candidato será avaliado quanto à sua capacidade de entender, analisar e extrair sentidos de textos de diferentes gêneros.

Mais do que decorar regras gramaticais, interpretar textos exige leitura atenta, raciocínio lógico, domínio vocabular e percepção do contexto.

Este capítulo tem como objetivo oferecer uma base teórica sólida, aliada a estratégias práticas, para que você saiba **como** ler o texto em prova e **como** responder às questões com segurança.

## 1.2 TEXTO, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO

Antes de avançarmos, é fundamental distinguir dois conceitos que aparecem com frequência nas questões: compreensão e interpretação.

A **compreensão** está relacionada ao sentido literal e explícito do texto. Trata-se daquilo que o autor efetivamente disse, sem exigir inferências profundas. Em linhas gerais, compreender é responder à pergunta: “O que o texto diz?”

Exemplos de questões de compreensão
Identificação de informações expressas no texto
Reconhecimento do tema

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Localização de ideias principais e secundárias
Relações básicas de causa e consequência explícitas

A **interpretação**, por sua vez, vai além do que está escrito de forma direta. Ela exige que o leitor relacione informações, faça inferências, perceba implícitos, intenções do autor, efeitos de sentido e valores ideológicos. Interpretar é responder à pergunta: “O que o texto quer dizer?”

Exemplos de questões de interpretação
Inferência de informações não expressas
Identificação da intenção comunicativa do autor
Análise de ironia, crítica ou posicionamento
Relação do texto com conhecimentos de mundo

Dica: toda interpretação depende de uma boa compreensão. Quem não compreende bem o texto dificilmente interpreta corretamente.

## 1.1 GÊNEROS TEXTUAIS

Os **gêneros textuais** são formas relativamente estáveis de comunicação, utilizadas em situações reais do cotidiano. Cada gênero possui **finalidade comunicativa, estrutura e linguagem** próprias.

Em concursos, é comum a cobrança de textos de gêneros variados, tais como:

- Texto jornalístico (reportagem, notícia, artigo de opinião);
- Texto literário (conto, crônica, poema);
- Texto publicitário;
- Texto instrucional ou normativo;
- Texto científico ou informativo;

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- Charges, tirinhas e cartuns.

Atenção: a banca não costuma perguntar apenas qual é o gênero, mas explora **como o gênero influencia a construção do sentido**.

## 1.2 ESTRATÉGIAS DE LEITURA EM PROVAS

Ler um texto em prova não é o mesmo que ler por prazer. É uma leitura ativa, estratégica e orientada pela questão.

Na **primeira leitura**, o objetivo é captar:

- O tema central;
- O gênero textual;
- A finalidade do texto;
- O posicionamento geral do autor.

Evite, nesse momento, prender-se a palavras desconhecidas. O foco é o sentido global.

Na **releitura**, o candidato deve:

- Identificar ideias principais de cada parágrafo;
- Observar conectivos e marcadores discursivos;
- Perceber relações de oposição, causa, consequência, explicação ou conclusão;
- Analisar escolhas vocabulares relevantes.

## 1.3 TEMA, IDEIA PRINCIPAL E IDEIAS SECUNDÁRIAS

O **tema** é o assunto geral abordado no texto. Normalmente é amplo e pode ser expresso por uma palavra ou expressão.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Exemplo: Texto sobre os impactos da tecnologia no mercado de trabalho.

Tema: tecnologia e trabalho.

A **ideia principal** é o recorte específico que o autor faz dentro do tema. Ela revela o **ponto central defendido**.

Já as **ideias secundárias** servem para:

- Explicar;
- Exemplificar;
- Justificar;
- Detalhar a ideia principal.

Dica: muitas questões erradas trazem ideias secundárias como se fossem o tema ou a tese central.

## 1.4 ARMADILHAS FREQUENTES EM QUESTÕES DE INTERPRETAÇÃO

As armadilhas de interpretação são estratégias recorrentes das bancas examinadoras para diferenciar o candidato que apenas lê do candidato que interpreta com método.

Em regra, as alternativas incorretas não são absurdas: elas parecem corretas à primeira vista, mas apresentam desvios sutis em relação ao texto.

A seguir, analisamos as armadilhas mais cobradas em concursos públicos.

### 1.4.1 EXTRAPOLAÇÃO DO TEXTO

Ocorre quando a alternativa **vai além do que o texto permite concluir**. A ideia até pode ser lógica ou aceitável no mundo real, mas **não está autorizada pelo texto**.

Tudo o que não estiver no texto — explícita ou implicitamente — deve ser descartado.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Exemplo típico de erro:

- Texto afirma que determinado fenômeno ocorre em alguns casos.
- Alternativa diz que ocorre sempre.

Atenção: cuidado com algumas palavras como: sempre, nunca, todo, nenhum, necessariamente.

### 1.4.2 CONTRADIÇÃO DO TEXTO

Aqui, a alternativa apresenta sentido **oposto** ao que o texto defende, muitas vezes por meio de:

- Negação indevida;
- Troca de polos argumentativos;
- Leitura apressada de conectivos adversativos.

Dica: se o texto defende uma tese A, qualquer alternativa que sustente não-A está errada.

### 1.4.3 GENERALIZAÇÃO INDEVIDA

A banca amplia indevidamente uma afirmação que, no texto, é **restrita, contextual ou condicionada**.

Exemplo:

- Texto: “Em determinados contextos, a tecnologia pode gerar impactos negativos.”
- Alternativa: “A tecnologia gera impactos negativos.”

Atenção especial a expressões como: em alguns casos, em certas situações, muitas vezes.

### 1.4.4 TROCA DE CAUSA E CONSEQUÊNCIA

Uma das armadilhas mais clássicas. A banca inverte a relação lógica estabelecida no texto.

Exemplo:

- Texto: “A falta de investimento resultou na precarização do serviço.”
- Alternativa: “A precarização do serviço causou a falta de investimento.”

Dica: pergunte-se sempre o que veio antes e o que decorre disso.

### 1.4.5 CONFUSÃO ENTRE OPINIÃO DO AUTOR E FATO APRESENTADO

Nem tudo que aparece no texto é, necessariamente, opinião do autor. Muitas vezes ele:

- Cita dados;
- Reproduz falas de terceiros;
- Apresenta argumentos para depois refutá-los.

Dica: Um erro comum é atribuir ao autor uma ideia que ele apenas mencionou para criticar.

## 1.7 TIPOS DE TEXTOS QUANTO AO USO SOCIAL: COTIDIANO, OFICIAIS E INFORMATIVOS

Ao lado dos gêneros textuais, que representam formas relativamente estáveis de comunicação, é possível classificar os textos também a partir do seu **uso social**, isto é, do contexto em que circulam e da finalidade que desempenham nas relações humanas. Essa abordagem é especialmente relevante porque evidencia não apenas a estrutura do texto, mas também sua função comunicativa concreta.

De modo geral, três grandes grupos merecem destaque: **textos do cotidiano, textos oficiais e textos informativos**. Cada um deles apresenta características próprias de linguagem, organização e intenção comunicativa.

### 1.7.1 TEXTOS DO COTIDIANO

Os textos do cotidiano são aqueles produzidos em situações informais ou semiformais da vida diária. Estão presentes nas interações sociais mais comuns e têm como principal objetivo a comunicação rápida, prática e eficiente entre interlocutores.

Nesse tipo de texto, a linguagem tende a ser mais **simples, direta e, muitas vezes, informal**, podendo apresentar marcas de oralidade, abreviações e até desvios da norma-padrão, dependendo do contexto e do grau de intimidade entre os interlocutores.

São exemplos típicos:

- mensagens instantâneas;
- e-mails pessoais;
- bilhetes;
- avisos;
- postagens em redes sociais.

Apesar da aparente simplicidade, esses textos não são desprovidos de estrutura. Em geral, apresentam:

- um **destinatário definido**;
- uma **intenção comunicativa clara** (informar, solicitar, avisar, convidar);
- uma **linguagem adequada à situação**.

Um ponto importante é que a informalidade não significa ausência de organização. Mesmo em mensagens breves, é possível identificar elementos como contexto, propósito e coerência.

Dica: a adequação da linguagem é fundamental. Um mesmo conteúdo pode ser expresso de formas diferentes conforme o interlocutor. Uma mensagem dirigida a um amigo difere significativamente daquela destinada a um superior hierárquico, ainda que ambas pertençam ao cotidiano.

## 1.7.2 TEXTOS OFICIAIS

Os textos oficiais são aqueles utilizados na comunicação institucional, especialmente no âmbito da Administração Pública e de organizações formais. Sua principal característica é a **formalidade**, que se manifesta tanto na linguagem quanto na estrutura.

A finalidade desses textos é garantir uma comunicação clara, objetiva, padronizada e impessoal, evitando ambiguidades e interpretações subjetivas. Por isso, seguem princípios fundamentais, tais como:

- **clareza;**
- **objetividade;**
- **impessoalidade;**
- **padronização;**
- **formalidade linguística.**

Entre os exemplos mais recorrentes, destacam-se:

- ofícios;
- memorandos;
- comunicados;
- editais;
- requerimentos;
- despachos administrativos.

A linguagem empregada nesses textos obedece rigorosamente à **norma-padrão da língua**, evitando:

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- gírias;
- marcas de oralidade;
- subjetividade excessiva;
- ambiguidades.

Além disso, a estrutura costuma ser relativamente fixa, com elementos como:

- identificação do órgão ou instituição;
- indicação do destinatário;
- exposição do conteúdo de forma lógica e ordenada;
- fecho adequado.

Um aspecto central dos textos oficiais é a **impessoalidade**. O foco não está no emissor individual, mas na instituição que ele representa. Por essa razão, evita-se o uso de expressões subjetivas ou opiniões pessoais, privilegiando-se construções mais neutras.

Dica: nos textos oficiais, a forma é tão relevante quanto o conteúdo. A maneira como a informação é organizada contribui diretamente para a sua compreensão e legitimidade.

### 1.7.3 TEXTOS INFORMATIVOS

Os textos informativos têm como principal finalidade **transmitir informações de maneira clara, objetiva e precisa**, sem, em regra, buscar persuadir ou emocionar o leitor. Seu foco está na exposição de fatos, dados e conhecimentos.

Esse tipo de texto é bastante amplo e pode aparecer em diferentes contextos, como:

- notícias e reportagens;
- textos científicos;
- textos didáticos;
- artigos de divulgação científica;
- manuais e materiais explicativos.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

A linguagem dos textos informativos tende a ser:

- **objetiva**;
- **denotativa** (sem uso predominante de sentido figurado);
- **clara e acessível**, embora possa variar em grau de tecnicidade conforme o público-alvo.

A estrutura geralmente segue uma organização lógica, com:

- apresentação do tema;
- desenvolvimento das informações;
- conclusão ou fechamento.

No caso de textos jornalísticos, por exemplo, é comum a presença de elementos como:

- título;
- subtítulo;
- lead (síntese inicial com as informações principais);
- desenvolvimento.

Já em textos científicos ou didáticos, pode haver:

- definição de conceitos;
- explicações detalhadas;
- exemplos;
- dados e evidências.

Um traço marcante dos textos informativos é a **busca pela objetividade**, o que implica evitar opiniões explícitas do autor (a menos que o gênero permita, como em certos textos híbridos). Ainda assim, é importante reconhecer que nenhuma produção textual é completamente neutra, pois escolhas lexicais e estruturais podem revelar posicionamentos implícitos.

## ESQUEMATIZANDO

Aspecto	Cotidiano	Oficial	Informativo
Finalidade	Comunicação prática	Comunicação institucional	Transmissão de informações
Linguagem	Informal ou semiformal	Formal e padronizada	Objetiva e clara
Estrutura	Flexível	Padronizada	Organizada logicamente
Presença de subjetividade	Pode ocorrer	Evitada	Geralmente reduzida
Exemplos	mensagens, bilhetes	ofício, edital	notícia, texto científico

A distinção entre textos do cotidiano, oficiais e informativos não se baseia apenas na forma, mas principalmente na **função comunicativa e no contexto de circulação**.

Enquanto os textos do cotidiano priorizam a agilidade e a interação direta entre interlocutores, os textos oficiais valorizam a formalidade e a padronização institucional. Já os textos informativos concentram-se na transmissão organizada e objetiva do conteúdo.

Compreender essas diferenças permite reconhecer com maior precisão:

- a intenção do texto;
- o tipo de linguagem empregado;
- a estrutura adotada;
- e o papel do interlocutor no processo comunicativo.

Essa percepção é essencial para uma leitura mais crítica, atenta e eficiente.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

# LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO



## 2.1 LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO (LEI 12.527/2011)

A Lei de Acesso à Informação (LAI) representa um marco na consolidação da transparência no Brasil, regulamentando o direito fundamental de acesso à informação previsto no art. 5º, XXXIII, da Constituição Federal.

Essa lei estabelece que o acesso à informação é a regra, enquanto o sigilo constitui exceção.

### 2.1.1 ABRANGÊNCIA DA LAI

A Lei nº 12.527/2011 possui uma abrangência ampla, refletindo a intenção do legislador de assegurar máxima transparência na atuação estatal.

A norma não se limita apenas aos órgãos tradicionais da Administração Pública, mas alcança todos aqueles que, de alguma forma, exercem função pública ou utilizam recursos públicos.

Do ponto de vista jurídico, a abrangência da LAI decorre da ideia de que **a informação pública não pertence ao Estado, mas à sociedade**. Assim, qualquer entidade que administre recursos públicos ou desempenhe atividades de interesse público deve se submeter às regras de transparência.

#### **Abrangência institucional**

A lei aplica-se:

- à **Administração Direta**, composta pelos órgãos que integram os entes federativos (União, Estados, DF e Municípios);

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- à **Administração Indireta**, incluindo autarquias, fundações públicas, empresas públicas e sociedades de economia mista;
- aos **demais Poderes** (Legislativo e Judiciário), bem como ao Ministério Público e aos Tribunais de Contas;
- às **entidades privadas sem fins lucrativos que recebam recursos públicos**, no que se refere à utilização desses recursos.

Essa última hipótese é especialmente relevante em provas, pois amplia o alcance da transparência para além da estrutura estatal clássica.

### **Limitação importante**

No caso das entidades privadas, a incidência da LAI não é total. A obrigação de transparência restringe-se:

- aos recursos públicos recebidos;
- à sua destinação;
- às atividades relacionadas à execução desses recursos.

#### **Exemplo prático**

Uma organização social que recebe verbas públicas para gestão de hospital deverá prestar informações sobre:

- aplicação dos recursos;
- contratos firmados;
- resultados obtidos.

Contudo, não está obrigada a divulgar informações estritamente privadas e desvinculadas desses recursos.

## 2.1.2 PRINCÍPIOS DA LAI

A LAI estabelece um conjunto de diretrizes que orientam a atuação do Estado no fornecimento de informações. Essas diretrizes representam uma mudança de paradigma: sai o modelo de **cultura do sigilo** e entra a **cultura da transparência**.

O núcleo central da lei está na inversão da lógica tradicional:

- antes: o cidadão precisava justificar o acesso;
- agora: o Estado precisa justificar o sigilo.

### **Publicidade como regra e sigilo como exceção**

Esse é o princípio mais importante da LAI.

A Administração deve disponibilizar informações de forma ampla, sendo o sigilo admitido apenas em hipóteses legalmente previstas, como:

- segurança do Estado;
- defesa nacional;
- proteção da intimidade.

### **Transparência ativa**

A transparência ativa impõe ao Estado o dever de divulgar informações **independentemente de solicitação**.

Isso inclui:

- estrutura organizacional;
- despesas;
- contratos;
- programas governamentais.

Esse mecanismo reduz a necessidade de pedidos individuais e fortalece o controle social.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

### **Uso de tecnologia da informação**

A lei determina que a divulgação de informações deve utilizar meios tecnológicos, especialmente a internet, garantindo:

- acessibilidade;
- facilidade de consulta;
- atualização constante.

Esse aspecto está diretamente ligado à modernização da Administração Pública e ao governo digital.

### **Fomento à cultura de transparência**

A LAI não se limita a impor regras formais, mas busca transformar a cultura administrativa.

Isso significa incentivar:

- comportamento proativo dos agentes públicos;
- valorização da transparência;
- conscientização da sociedade.

### **Controle social**

A transparência não é um fim em si mesmo. Seu objetivo é permitir que a sociedade acompanhe, fiscalize e influencie a atuação estatal.

A LAI, portanto, fortalece a democracia participativa, ampliando o papel do cidadão no controle da Administração.

## **2.3.3 DIREITOS DO CIDADÃO**

A LAI concretiza o direito fundamental de acesso à informação, previsto no art. 5º, XXXIII, da Constituição Federal.

Ela transforma esse direito em garantias concretas, impondo obrigações claras ao Estado.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

### **Direito de acesso à informação**

Qualquer pessoa pode solicitar informações públicas, independentemente de:

- motivação;
- interesse direto;
- justificativa.

Essa característica reforça o caráter democrático da lei.

### **Vedação de exigência de justificativa**

A Administração não pode exigir que o cidadão explique o motivo do pedido.

Essa regra impede discriminações e evita restrições indevidas ao acesso à informação.

### **Direito à resposta em prazo determinado**

A Administração deve responder:

- em até 20 dias;
- prorrogáveis por mais 10 dias, mediante justificativa.

A ausência de resposta configura violação ao direito de acesso.

### **Direito de recurso**

Caso o pedido seja negado, o cidadão pode:

- apresentar recurso administrativo;
- solicitar reavaliação da decisão.

Esse mecanismo reforça o controle sobre a atuação estatal e evita decisões arbitrárias.

### **Direito à informação clara e acessível**

[Clique aqui e seja aprovado](#)

A informação deve ser fornecida de forma:

- compreensível;
- objetiva;
- adequada ao cidadão.

Não basta disponibilizar dados — é necessário garantir sua inteligibilidade.

#### **Exemplo prático**

Um cidadão solicita informações sobre gastos de determinado órgão:

- não precisa justificar o pedido;
- deve receber resposta no prazo legal;
- pode recorrer em caso de negativa.

### **2.1.4 PRAZOS**

- Resposta inicial: até **20 dias**;
- Prorrogação: mais **10 dias**, mediante justificativa.

### **2.1.5 CLASSIFICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES**

A lei prevê hipóteses de sigilo, classificando informações como:

<b>Grau de sigilo</b>	<b>Prazo máximo</b>
<b>Ultrassegreta</b>	25 anos
<b>Secreta</b>	15 anos
<b>Reservada</b>	5 anos

[Clique aqui e seja aprovado](#)

# NAVEGADORES DE INTERNET, WEBMAIL E FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE



## 3.1 NAVEGAÇÃO NA INTERNET

A navegação na internet consiste no **acesso a informações e serviços disponíveis na rede mundial de computadores (Internet)** por meio de softwares chamados **navegadores (browsers)**.

Quando um usuário deseja acessar um site, ele digita o endereço da página no navegador. Esse endereço é chamado de **URL (Uniform Resource Locator)**. O navegador então envia uma solicitação aos servidores da internet e recebe o conteúdo da página solicitada, exibindo-o na tela do usuário.

Esse processo envolve diversos elementos tecnológicos, como:

- servidores web
- protocolos de comunicação
- sistemas de nomes de domínio
- infraestrutura global da internet.

Apesar dessa complexidade técnica, para o usuário comum a experiência se resume a **abrir o navegador e acessar páginas digitando um endereço ou clicando em links**.

A navegação pode ocorrer em diversos dispositivos, como:

- computadores
- smartphones

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- tablets
- smart TVs.

Nos concursos públicos, a cobrança costuma focar **no funcionamento básico da navegação, nos principais navegadores e em elementos da interface do navegador.**

## 3.2 NAVEGADORES DE INTERNET (BROWSERS)

Os **navegadores** são programas responsáveis por permitir a visualização de páginas da web.

Eles interpretam códigos utilizados na internet (como HTML, CSS e JavaScript) e os transformam em páginas visuais compreensíveis para o usuário.

Entre as principais funções de um navegador estão:

- acessar páginas da web
- baixar arquivos
- armazenar histórico de navegação
- gerenciar favoritos
- permitir navegação em abas
- executar aplicações web.

Os navegadores também implementam diversos mecanismos de segurança, como:

- bloqueio de páginas maliciosas
- alertas de certificados inválidos
- isolamento de abas.

Navegador	Desenvolvedor	Características
Google Chrome	Google	navegador mais usado no mundo
Microsoft Edge	Microsoft	substituiu o Internet Explorer

[Clique aqui e seja aprovado](#)

<b>Mozilla Firefox</b>	Mozilla Foundation	código aberto
<b>Safari</b>	Apple	padrão em dispositivos Apple

Nos concursos, é importante saber que:

- o **Microsoft Edge substituiu o Internet Explorer** como navegador padrão do Windows;
- muitos navegadores modernos utilizam o **motor Chromium**.

### 3.3 ESTRUTURA DA INTERFACE DE UM NAVEGADOR

Embora cada navegador tenha seu próprio design, todos apresentam elementos comuns de interface.

Entre os componentes mais importantes estão:

#### **Barra de endereço**

É o campo onde o usuário digita o endereço da página que deseja acessar.

Exemplo de URL: <https://www.gabariteicursos.com>

No exemplo acima:

- **https** → protocolo de comunicação
- **gabariteicursos.com** → domínio do site

#### **Abas (tabs)**

As abas permitem abrir **várias páginas da web dentro da mesma janela do navegador**.

Essa funcionalidade é extremamente útil para navegação multitarefa, pois o usuário pode alternar rapidamente entre diferentes páginas abertas.

#### **Favoritos (Bookmarks)**

Os favoritos são um recurso que **permite salvar endereços de páginas da web para acesso posterior**.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Ao adicionar um site aos favoritos, o usuário pode acessá-lo rapidamente sem precisar digitar novamente o endereço.

Os navegadores normalmente permitem:

- organizar favoritos em pastas
- sincronizar favoritos entre dispositivos
- importar favoritos de outros navegadores.

### **Histórico de navegação**

O histórico registra **todas as páginas acessadas pelo usuário** durante a navegação.

Esse recurso permite:

- recuperar páginas visitadas anteriormente
- visualizar datas e horários de acesso
- limpar dados de navegação.

A limpeza do histórico é frequentemente cobrada em provas, pois também remove:

- cookies
- dados de cache
- registros de navegação.

### **Downloads**

Os navegadores também permitem **baixar arquivos da internet para o computador**.

Os arquivos baixados podem incluir:

- documentos
- imagens
- programas
- vídeos.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Os navegadores mantêm uma **lista de downloads recentes**, permitindo ao usuário acompanhar o progresso ou reabrir arquivos baixados.

### 3.4 LINKS (HIPERLINKS)

Um dos elementos fundamentais da navegação na internet é o **hiperlink**, também chamado simplesmente de **link**.

Os links são elementos clicáveis presentes nas páginas da web que direcionam o usuário para outro recurso da internet.

Esse recurso pode ser:

- outra página
- um arquivo
- um vídeo
- um formulário.

Os links são responsáveis pela **estrutura interconectada da internet**, permitindo que páginas sejam acessadas de forma não linear.

### 3.5 BUSCADORES (MOTORES DE BUSCA)

Na prática, a maioria dos usuários não acessa diretamente sites digitando URLs. Em vez disso, utiliza **motores de busca**, também chamados de **search engines**.

Esses sistemas permitem encontrar páginas na internet a partir de palavras-chave.

O funcionamento básico de um buscador envolve três etapas principais:

1. **Rastreamento**  
robôs percorrem a internet coletando páginas.
2. **Indexação**  
as páginas são organizadas em bancos de dados.
3. **Busca**  
o sistema retorna páginas relevantes para a pesquisa do usuário.

O exemplo mais conhecido de buscador é o **Google**.

Outros exemplos incluem:

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- Bing
- DuckDuckGo
- Yahoo.

### 3.6 WEBMAIL

O **webmail** é um serviço que permite acessar o correio eletrônico **diretamente pelo navegador**, sem necessidade de instalar um programa de e-mail no computador.

Nesse modelo, todas as mensagens ficam armazenadas em servidores na internet, permitindo acesso de qualquer dispositivo conectado.

Isso trouxe grande flexibilidade ao uso do e-mail, pois o usuário pode consultar suas mensagens:

- em computadores
- em celulares
- em tablets
- em qualquer lugar com acesso à internet.

Entre os serviços de webmail mais conhecidos estão:

- Gmail
- Outlook.com
- Yahoo Mail.

### 3.7 ESTRUTURA BÁSICA DE UMA MENSAGEM DE E-MAIL

Uma mensagem de e-mail possui elementos padronizados.

Campo	Função
Remetente	quem enviou a mensagem
Destinatário	quem receberá a mensagem
Assunto	tema da mensagem

[Clique aqui e seja aprovado](#)

<b>Corpo</b>	conteúdo do e-mail
<b>Anexos</b>	arquivos enviados junto

### 3.8 CAMPOS DE ENVIO DE E-MAIL

Nos sistemas de e-mail existem diferentes campos de destinatário.

#### **Para (To)**

Destinatário principal da mensagem.

#### **CC (Cópia Carbono)**

Utilizado para enviar uma cópia da mensagem para outras pessoas.

Todos os destinatários **podem visualizar quem recebeu a mensagem.**

#### **CCO (Cópia Carbono Oculta)**

Nesse caso, os destinatários **não conseguem ver quem recebeu cópia oculta.**

Esse recurso é muito utilizado para:

- envio de mensagens em massa
- preservação da privacidade.

Para	→	destinatário	principal
CC	→	destinatários	visíveis
CCO	→	destinatários ocultos	

### 3.9 FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE

Ferramentas de produtividade são softwares destinados a **auxiliar na criação, edição e organização de informações.**

Elas são amplamente utilizadas em ambientes corporativos, educacionais e administrativos.

[Clique aqui e seja aprovado](#)

Entre as principais categorias estão:

- editores de texto
- planilhas eletrônicas
- programas de apresentação
- ferramentas colaborativas online.

### 3.10 PACOTES DE ESCRITÓRIO

Os chamados **pacotes de escritório (office suites)** reúnem diversos aplicativos de produtividade.

O exemplo mais conhecido é o **Microsoft Office**.

Esse conjunto de softwares inclui ferramentas voltadas à produção de documentos, análise de dados e criação de apresentações.

Aplicação	Função
Word	criação de textos
Excel	planilhas e cálculos
PowerPoint	apresentações
Outlook	gerenciamento de e-mails

### 3.11 FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE EM NUVEM

Nos últimos anos, surgiram plataformas que permitem a **edição de documentos diretamente pela internet**, sem necessidade de instalação de software.

Essas ferramentas funcionam em navegadores e permitem colaboração em tempo real.

Entre as mais conhecidas estão as ferramentas do **Google Workspace**, como:

- Google Docs
- Google Sheets

[Clique aqui e seja aprovado](#)

- Google Slides.

Esses sistemas possibilitam que vários usuários trabalhem **simultaneamente no mesmo documento**, facilitando o trabalho colaborativo.

### 3.12 ARMAZENAMENTO E SINCRONIZAÇÃO EM NUVEM

Outro recurso importante relacionado à produtividade digital é o **armazenamento em nuvem**.

Esse modelo permite guardar arquivos em servidores remotos, acessíveis pela internet.

Entre os principais serviços estão:

- Google Drive
- OneDrive
- Dropbox
- iCloud.

Esses sistemas oferecem funcionalidades como:

- sincronização automática entre dispositivos
- compartilhamento de arquivos
- colaboração em documentos.