SINAES
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

ENADE 2009
EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES

PROVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

22

Novembro / 2009

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES:

1 - Você está recebendo o seguinte material:

a) este caderno, com as questões de múltipla escolha (objetivas) e discursivas das partes de **formação geral** e **componente específico da área**, e com as questões relativas à sua **percepção sobre a prova**, assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso das questões	Peso dos componentes
Formação Geral/Múltipla Escolha	01 a 08	60%	25%
Formação Geral/Discursivas	09 e 10	40%	
Componente Esp./Múltipla Escolha/Comum	11 a 25	85%	75%
Componente Esp./Múltipla Escolha: Jornalismo/Publicidade e Propaganda/Relações Públicas/Editoração/ Radialismo/Cinema Atenção: responda apenas às questões referentes à habilitação na qual você está inscrito.	26 a 37		
Componente Específico/Discursivas: Jornalismo/Publicidade e Propaganda/Relações Públicas/Editoração/ Radialismo/Cinema Atenção: responda apenas às questões referentes à habilitação na qual você está inscrito.	38 a 40	15%	
Percepção sobre a Prova	01 a 09	–	–

b) Folha de Respostas destinada às respostas das questões de múltipla escolha (objetivas), de percepção sobre a prova e de questões discursivas.

2 - Verifique se a prova está completa e se o seu nome na Folha de Respostas está correto. Caso contrário, notifique imediatamente a um dos responsáveis. Você deverá assinar a Folha de Respostas no espaço próprio, utilizando caneta esferográfica de tinta azul ou preta.

3 - Observe, na Folha de Respostas, as instruções sobre a marcação das respostas às questões de múltipla escolha (apenas uma resposta por questão). Use caneta esferográfica azul ou preta.

4 - As respostas às questões discursivas deverão ser escritas com caneta esferográfica azul ou preta.

5 - Nas questões de múltipla escolha de números 26 a 37, e discursivas de números 38 a 40, você deverá responder apenas às questões referentes à habilitação do Curso na qual você está inscrito no ENADE 2009.

6 - Esta prova é individual. São vedados: o uso de calculadora, qualquer comunicação e troca de material entre os presentes, consultas a material bibliográfico, cadernos ou anotações de qualquer espécie.

7 - Você terá 4 (quatro) horas para responder às questões de múltipla escolha, discursivas e de percepção sobre a prova.

8 - Quando terminar, entregue ao Aplicador ou Fiscal a Folha de Respostas das questões de múltipla escolha (objetivas) e questões discursivas.

9 - Atenção! Você só poderá levar este Caderno de Provas decorridas 3 (três) horas do início do Exame.

Boa Prova!

INEP

Ministério da Educação

FORMAÇÃO GERAL

QUESTÃO 01:

A urbanização no Brasil registrou marco histórico na década de 1970, quando o número de pessoas que viviam nas cidades ultrapassou o número daquelas que viviam no campo. No início deste século, em 2000, segundo dados do IBGE, mais de 80% da população brasileira já era urbana.

Considerando essas informações, estabeleça a relação entre as charges:

PORQUE

BARALDI, Márcio. http://www.marciobaraldi.com.br/baraldi2/component/joomgallery/?func=detail&id=178. (Acessado em 5 out. 2009)

Com base nas informações dadas e na relação proposta entre essas charges, é CORRETO afirmar que

A) a primeira charge é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira charge é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas charges são falsas.
D) as duas charges são verdadeiras, e a segunda explica a primeira.
E) as duas charges são verdadeiras, mas a segunda não explica a primeira.

QUESTÃO 02:

Leia o gráfico, em que é mostrada a evolução do número de trabalhadores de 10 a 14 anos, em algumas regiões metropolitanas brasileiras, em dado período:

http://www1.folha/uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u85799.shtml, acessado em 2 out. 2009. (Adaptado)

Leia a charge:

www.charges.com.br, acessado em 15 set. 2009.

Há relação entre o que é mostrado no gráfico e na charge?

A) Não, pois a faixa etária acima dos 18 anos é aquela responsável pela disseminação da violência urbana nas grandes cidades brasileiras.
B) Não, pois o crescimento do número de crianças e adolescentes que trabalham diminui o risco de sua exposição aos perigos da rua.
C) Sim, pois ambos se associam ao mesmo contexto de problemas socioeconômicos e culturais vigentes no país.
D) Sim, pois o crescimento do trabalho infantil no Brasil faz crescer o número de crianças envolvidas com o crime organizado.
E) Ambos abordam temas diferentes e não é possível se estabelecer relação mesmo que indireta entre eles.

QUESTÃO 03:

O Ministério do Meio Ambiente, em junho de 2009, lançou campanha para o consumo consciente de sacolas plásticas, que já atingem, aproximadamente, o número alarmante de 12 bilhões por ano no Brasil.

Veja o *slogan* dessa campanha:

O possível êxito dessa campanha ocorrerá porque

I. se cumpriu a meta de emissão zero de gás carbônico estabelecida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, revertendo o atual quadro de elevação das médias térmicas globais.
II. deixaram de ser empregados, na confecção de sacolas plásticas, materiais oxibiodegradáveis e os chamados bioplásticos que, sob certas condições de luz e de calor, se fragmentam.
III. foram adotadas, por parcela da sociedade brasileira, ações comprometidas com mudanças em seu modo de produção e de consumo, atendendo aos objetivos preconizados pela sustentabilidade.
IV. houve redução tanto no quantitativo de sacolas plásticas descartadas indiscriminadamente no ambiente, como também no tempo de decomposição de resíduos acumulados em lixões e aterros sanitários.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I** e **II**.
B) **I** e **III**.
C) **II** e **III**.
D) **II** e **IV**.
E) **III** e **IV**.

QUESTÃO 04:

Leia o trecho:

> O movimento antiglobalização apresenta-se, na virada deste novo milênio, como uma das principais novidades na arena política e no cenário da sociedade civil, dada a sua forma de articulação/atuação em redes com extensão global. Ele tem elaborado uma *nova gramática no repertório das demandas e dos conflitos sociais*, trazendo novamente as lutas sociais para o palco da cena pública, e a política para a dimensão, tanto na forma de operar, nas ruas, como no conteúdo do debate que trouxe à tona: o modo de vida capitalista ocidental moderno e seus efeitos destrutivos sobre a natureza (humana, animal e vegetal).

GOHN, 2003.

É INCORRETO afirmar que o movimento antiglobalização referido nesse trecho

A) cria uma rede de resistência, expressa em atos de desobediência civil e propostas alternativas à forma atual da globalização, considerada como o principal fator da exclusão social existente.
B) defende um outro tipo de globalização, baseado na solidariedade e no respeito às culturas, voltado para um novo tipo de modelo civilizatório, com desenvolvimento econômico, mas também com justiça e igualdade social.
C) é composto por atores sociais tradicionais, veteranos nas lutas políticas, acostumados com o repertório de protestos políticos, envolvendo, especialmente, os trabalhadores sindicalizados e suas respectivas centrais sindicais.
D) recusa as imposições de um mercado global, uno, voraz, além de contestar os valores impulsionadores da sociedade capitalista, alicerçada no lucro e no consumo de mercadorias supérfluas.
E) utiliza-se de mídias, tradicionais e novas, de modo relevante para suas ações com o propósito de dar visibilidade e legitimidade mundiais ao divulgar a variedade de movimentos de sua agenda.

QUESTÃO 05:

O Brasil tem assistido a um debate que coloca, frente a frente, como polos opostos, o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental. Algumas iniciativas merecem considerações, porque podem agravar ou desencadear problemas ambientais de diferentes ordens de grandeza.

Entre essas iniciativas e suas consequências, é INCORRETO afirmar que

A) a construção de obras previstas pelo PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) tem levado à redução dos prazos necessários aos estudos de impacto ambiental, o que pode interferir na sustentabilidade do projeto.
B) a construção de grandes centrais hidrelétricas nas bacias do Sudeste e do Sul gera mais impactos ambientais do que nos grandes rios da Amazônia, nos quais o volume de água, o relevo e a baixa densidade demográfica reduzem os custos da obra e o passivo ambiental.
C) a exploração do petróleo encontrado na plataforma submarina pelo Brasil terá, ao lado dos impactos positivos na economia e na política, consequências ambientais negativas, se persistir o modelo atual de consumo de combustíveis fósseis.
D) a preocupação mais voltada para a floresta e os povos amazônicos coloca em alerta os ambientalistas, ao deixar em segundo plano as ameaças aos demais biomas.
E) os incentivos ao consumo, sobretudo aquele relacionado ao mercado automobilístico, para que o Brasil pudesse se livrar com mais rapidez da crise econômica, agravarão a poluição do ar e o intenso fluxo de veículos nas grandes cidades.

QUESTÃO 06:

Leia o trecho:

O sertão vai a Veneza

Festival de Veneza exibe "Viajo Porque Preciso, Volto Porque Te Amo", de Karim Aïnouz e Marcelo Gomes, feito a partir de uma longa viagem pelo sertão nordestino. [...] Rodaram 13 mil quilômetros, a partir de Juazeiro do Norte, no Ceará, passando por Pernambuco, Paraíba, Sergipe e Alagoas, improvisando dia a dia os locais de filmagem. "Estávamos à procura de tudo que encetava e causava estranhamento. Queríamos romper com a ideia de lugar isolado, intacto, esquecido, arraigado numa religiosidade intransponível. Eu até evito usar a palavra 'sertão' para ter um novo olhar sobre esse lugar", conta Karim.

A ideia era afastar-se da imagem histórica da região na cultura brasileira. "Encontramos um universo plural que tem desde uma feira de equipamentos eletrônicos a locais de total desolação", completa Marcelo.

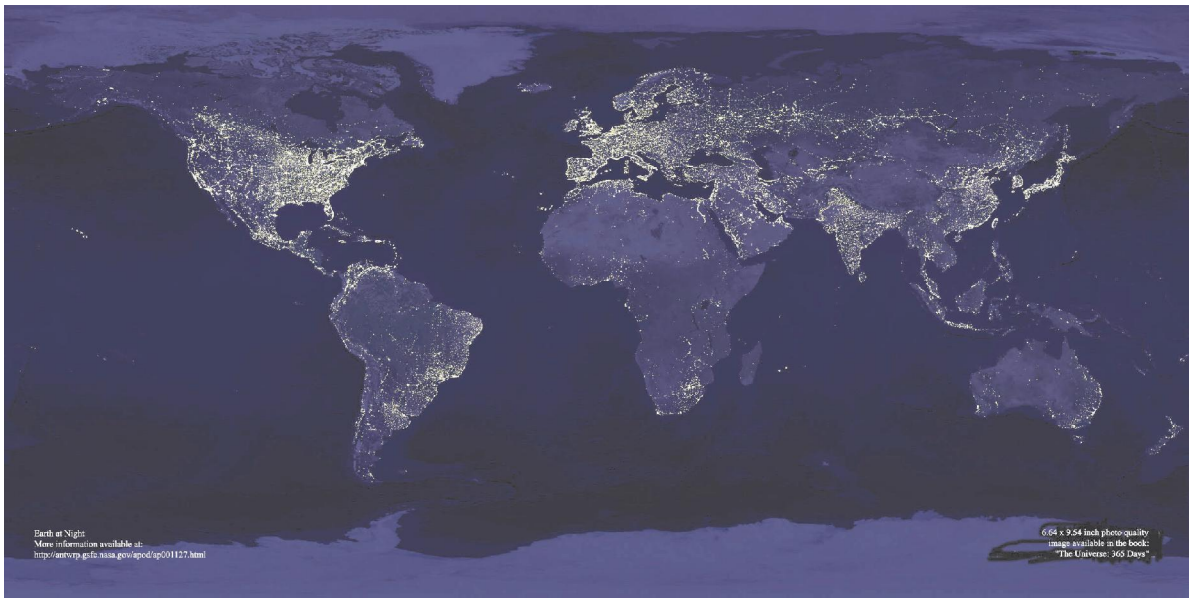
CRUZ, Leonardo. Folha de S. Paulo, p. E1, 05/09/2009.

A partir da leitura desse trecho, é INCORRETO afirmar que

A) a feira de equipamentos eletrônicos, símbolo da modernidade e da tecnologia sofisticada, é representativa do contrário do que se pensa sobre o sertão nordestino.
B) as expressões isolamento, esquecimento e religiosidade, utilizadas pelos cineastas, são consideradas adequadas para expressar a atual realidade sertaneja.
C) o termo "sertão" tem conotação pejorativa, por implicar atraso e pobreza; por isso, seu uso deve ser cuidadoso.
D) os entrevistados manifestam o desejo de contribuir para a desmitificação da imagem do sertão nordestino, congelada no imaginário de parte dos brasileiros.
E) revela o estranhamento que é comum entre pessoas mal informadas e simplificadoras, que veem o sertão como uma região homogênea.

QUESTÃO 07:

Leia o planisfério, em que é mostrada uma imagem noturna da superfície terrestre, obtida a partir de imagens de satélite:



http://antwrp.gsfc.nasa.gov/apod/image/0011/earthlights_dmsp_big.jpg (Acessado em 21 set. 2009).

Com base na leitura desse planisfério, é CORRETO afirmar que as regiões continentais em que se verifica luminosidade noturna mais intensa

A) abrigam os espaços de economia mais dinâmica do mundo contemporâneo, onde se localizam os principais centros de decisão que comandam a atual ordem mundial.

B) expressam a divisão do Planeta em dois hemisférios – o Leste e o Oeste – que, apesar de integrados à economia-mundo, revelam indicadores sociais discrepantes.

C) comprovam que o Planeta pode abrigar o dobro de seu atual contingente populacional, desde que mantido o padrão de consumo praticado pela sociedade contemporânea.

D) registram fluxos reduzidos de informação, de pessoas, de mercadorias e de capitais, tendo em vista a saturação de suas redes de circulação, alcançada no início do século XXI.

E) substituíram suas tradicionais fontes de energia não renováveis, historicamente empregadas na geração de eletricidade, por alternativas limpas e não poluentes.

QUESTÃO 08:

Leia os gráficos:

Gráfico I:
Domínio da leitura e escrita pelos brasileiros (em %)

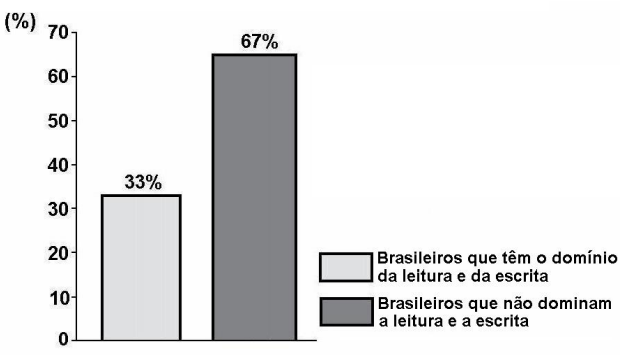
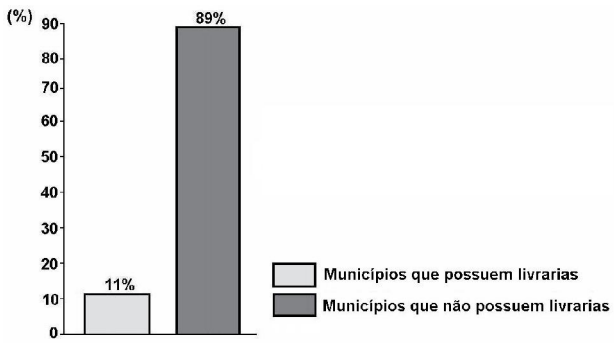


Gráfico II:
Municípios brasileiros que possuem livrarias (em %)



Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional - INAF, 2005.

Relacione esses gráficos às seguintes informações:

O Ministério da Cultura divulgou, em 2008, que o Brasil não só produz mais da metade dos livros do continente americano, como também tem parque gráfico atualizado, excelente nível de produção editorial e grande quantidade de papel. Estima-se que 73% dos livros do país estejam nas mãos de 16% da população.

Para melhorar essa situação, é necessário que o Brasil adote políticas públicas capazes de conduzir o país à formação de uma sociedade leitora.

Qual das seguintes ações NÃO contribui para a formação de uma sociedade leitora?

A) Desaceleração da distribuição de livros didáticos para os estudantes das escolas públicas, pelo MEC, porque isso enriquece editoras e livreiros.
B) Exigência de acervo mínimo de livros, impressos e eletrônicos, com gêneros diversificados, para as bibliotecas escolares e comunitárias.
C) Programas de formação continuada de professores, capacitando-os para criar um vínculo significativo entre o estudante e o texto.
D) Programas, de iniciativa pública e privada, garantindo que os livros migrem das estantes para as mãos dos leitores.
E) Uso da literatura como estratégia de motivação dos estudantes, contribuindo para uma leitura mais prazerosa.

QUESTÃO 09 DISCURSIVA:

O Ministério da Educação (MEC) criou o Índice Geral de Cursos – IGC, que é o resultado das notas atribuídas a cada instituição de Ensino Superior pelo MEC, considerando-se a qualidade dos cursos de graduação de cada uma delas. O IGC tem como função orientar o público sobre a qualidade do ensino oferecido em cada instituição.

Segundo o sítio do Ministério da Educação, as instituições recebem uma nota de 1 a 5, considerando:

I - o resultado dos estudantes no Enade; e
II - variáveis de insumo, tais como:

- corpo docente (formação acadêmica, jornada e condições de trabalho);
- infraestrutura da instituição (instalações físicas, biblioteca, salas de aula, laboratórios);
- programa pedagógico.

Com base nessas informações, considere a situação a seguir e faça o que se pede:

Um universitário que frequenta um curso de graduação em uma escola **Y** consulta o sítio do MEC e verifica que seu curso recebeu IGC 2,0. No mesmo endereço, ele consulta os critérios empregados pelo Ministério para o cálculo desse índice.

A) Leia esta afirmativa: **(Valor: 4 pontos)**

O critério corpo docente é o que contribuiu de forma determinante para a obtenção do IGC 2,0, da escola **Y.**

Assinale com um **X**, no espaço indicado, se você **concorda** ou **não** com essa afirmativa.

☐ Sim, concordo. ☐ Não concordo.

Apresente dois argumentos que deem suporte à sua resposta.

Argumento 1: _____

_____

Argumento 2: _____

_____

RASCUNHO

B) Proponha duas ações para que os atores envolvidos no curso de graduação da escola Y devem empreender com vistas à melhoria da qualidade de ensino e consequente elevação do IGC na próxima avaliação a ser realizada pelo MEC. **(Valor: 6 pontos)**

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

RASCUNHO

QUESTÃO 10 DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Leia o trecho:

> Quais as possibilidades, no Brasil atual, de a cidadania se enraizar nas práticas sociais? Essa é uma questão que supõe discutir as possibilidades, os impasses e os dilemas da construção da cidadania, tendo como foco a dinâmica da sociedade. Antes de mais nada, é preciso dizer que tomar a sociedade como foco de discussão significa um modo determinado de problematizar a questão dos direitos. Os direitos são aqui tomados como práticas, discursos e valores que afetam o modo como as desigualdades e diferenças são figuradas no cenário público, como interesses se expressam e os conflitos se realizam.

TELLES, 2006. (Adaptado)

Na abordagem salientada nesse trecho, qual direito social você destacaria para diminuir as desigualdades de renda familiar no Brasil? Apresente dois argumentos que deem suporte à sua resposta.

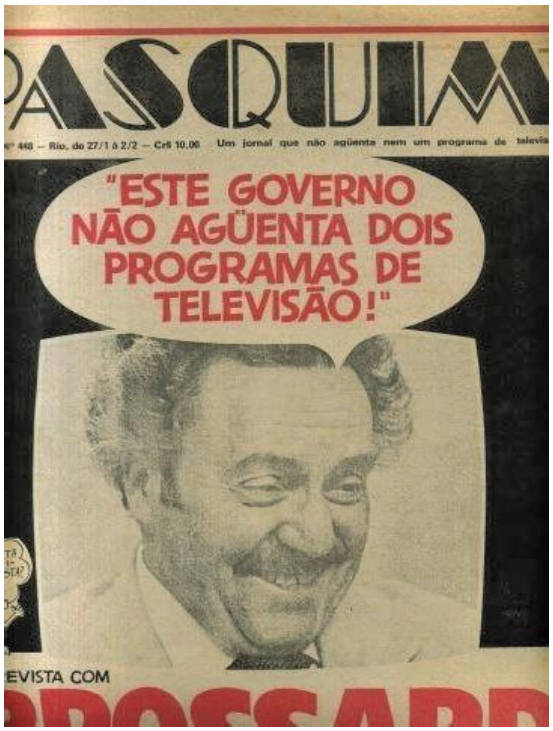
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/COMUM

QUESTÃO 11:

Veja a imagem:



Capa da edição 448 / ano IX

Com a publicação de charges, caricaturas, entre outras ilustrações, o jornal Pasquim está em evidência por completar neste ano 40 anos de seu lançamento. O veículo teve em sua equipe nomes significativos na história da comunicação brasileira, como Paulo Francis, Jaguar, Ziraldo, Millôr Fernandes, Henfil e Ferreira Gullar. Com essas informações e a leitura da imagem, assinale o significado histórico desse veículo de comunicação.

A) Denunciou, com reportagens investigativas, a corrupção dos governos militares.
B) Inovou com linguagem informal e ilustrativa no combate à censura durante a ditadura militar.
C) Inseriu o *lead* no texto jornalístico em matérias sociais de incentivo e apoio às minorias.
D) Introduziu novas técnicas gráficas de redação, satirizando artistas e escritores.
E) Permitiu a manifestação de artistas plásticos (cartunistas e chargistas) contrários ao regime republicano.

QUESTÃO 12:

A hipótese da *agenda setting* afirma que os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar em relação a um determinado tema, são capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar.

PORQUE

A influência dos meios de comunicação sobre o receptor da mensagem é sempre de curto prazo.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
E) as duas são verdadeiras.

QUESTÃO 13:

Leia o quadro que representa o processo comunicativo proposto por Lasswell.

QUEM (who)	estudo de emissores
DIZ O QUÊ (what)	I
ATRAVÉS DE QUE CANAL (where)	análise dos meios – pesquisa de mídia
PARA QUEM (whom)	II
COM QUE EFEITO (why)	análise dos efeitos

Assinale a alternativa que contém as duas expressões que correspondem, respectivamente, aos números I e II.

A) análise de conteúdo; análise de audiência
B) análise de conteúdo; análise dos meios
C) análise de recepção; estudos de conteúdo
D) análise de texto; análise do *target*
E) estudo de significados; estudos de recepção

QUESTÃO 14:

A Internet vem ofertando aos profissionais de comunicação novos instrumentos midiáticos de penetração capazes de alterar antigos paradigmas, até mesmo no que diz respeito à exposição e à difusão institucional. Os *blogs* corporativos são exemplos concretos desses novos instrumentos na comunicação. Esses *blogs* vêm sendo utilizados no campo organizacional como

A) um canal de comunicação bilateral e informal, dirigido ao público externo ou interno, a clientes, a funcionários e outros.
B) um diário formulado para a divulgação de informações imediatas, com formatação linear e utilização de hiperlink.
C) um espaço midiático, focado no público jovem, com características específicas de linguagem jornalística formal.
D) um meio eficaz de comercialização de produtos, numa comunicação unilateral e objetiva, voltada aos clientes diretos.
E) uma ferramenta viral redigida em linguagem promocional com espaços restritivos à interação com seus públicos.

QUESTÃO 15:

O rádio utiliza imagem. Uma fotografia pode ser lida como um texto. A linguagem e expressão em som e imagem têm paralelos com outras formas de comunicação.

PORQUE

O rádio obriga o ouvinte do noticiário a imaginar cenas e situações que passam pela nossa cabeça como um filme ou uma cena de televisão. A fotografia, em jornal ou revista, é lida de diversas formas, dependendo da profissão, do nível de cultura e do próprio tempo e ambiente em que vive o leitor daquelas publicações.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 16:

Há quem afirme que redigir matérias para revista, escrever um romance, fazer um filme, realizar um documentário de TV, compor uma novela ou peça de teatro é a mesma coisa, do ponto de vista dos princípios e bases da comunicação social.
No entanto, embora as técnicas e os recursos práticos específicos sejam diferentes, os componentes e esquemas básicos são iguais. Isto é, o tema é importante, há necessidade de pesquisa, de narrativa adequada e personagens que ajudem a construir a narrativa.
Dessa forma, para produzir sua obra, o autor de quaisquer desses gêneros discursivos

I. utiliza esquemas para pensar no texto ou *script* da obra;
II. precisa usar a criatividade e os esquemas básicos;
III. está isento de seguir qualquer esquema básico.

É CORRETO o que se afirma em

A) **I**.
B) **II**.
C) **III**.
D) **I** e **II**.
E) **II** e **III**.

QUESTÃO 17:

Um plano de comunicação social para determinada instituição incorpora a execução de tarefas em diversas áreas, como, por exemplo, assessoria de imprensa, relações públicas e publicidade, com propostas específicas de cada uma.
Esse plano segue diretrizes geradas pela necessidade básica da comunicação e envolve especificidades.

É CORRETO afirmar que um plano de comunicação é

A) elaborado de forma minuciosa propondo objetivos, metas, datas e estratégias.
B) executado pela instituição com tarefas e datas a serem definidas posteriormente.
C) idealizado desconsiderando a utilização de qualquer tipo de pesquisa em comunicação.
D) proposto a partir de uma necessidade básica de se realizar pesquisa de opinião.
E) realizado pela gestão administrativa e executada por uma equipe contratada.

QUESTÃO 18:

Há quem entenda que a telefonia móvel já pode ser considerada como uma nova mídia, pós-internet. Afinal, recebe e transmite informações, fotografa e envia as fotos, tem funções de texto, sintoniza emissoras de rádio e televisão. Portanto, agiliza várias linguagens, cria e produz como outros veículos da mídia.

Considerando as funções citadas, é CORRETO afirmar que a telefonia móvel

A) é desprovida de características tecnológicas próprias que possibilitariam sua classificação como nova mídia.
B) é voltada para o relacionamento pessoal e, por isso, não pode ser considerada uma nova mídia.
C) realiza as mesmas funções de outros tipos de mídia e pode ser considerada uma nova mídia.
D) realiza funções acessórias e de uso individual na comunicação e não pode ser considerada uma nova mídia.
E) tem como principal vantagem a mobilidade e, por essa razão, não pode ser considerada uma nova mídia.

QUESTÃO 19:

Quando o presidente Luís Inácio Lula da Silva afirmou que a crise financeira mundial era um *tsunami* no exterior, mas, no Brasil, seria uma "marolinha", vários veículos da mídia criticaram a fala presidencial. Agora é a imprensa internacional que lembra e confirma a previsão de Lula.

Considerando a realidade atual da economia, no exterior e no Brasil, é CORRETO afirmar que houve, por parte dos críticos,

A) atitude preconceituosa.
B) irresponsabilidade.
C) livre exercício da crítica.
D) manipulação política da mídia.
E) prejulgamento.

QUESTÃO 20:

Ao elaborar com a equipe a capa de uma revista ou um cartaz promocional, o responsável pela produção conhece os requisitos básicos: aspectos ligados à estética com as exigências em termos de informação. Ambos, estética e títulos/textos, têm o objetivo de atrair o interesse do leitor.

A estética significa

A) compor a beleza e arte da capa da revista.
B) inserir informações com tipologia padronizada.
C) preencher todos os espaços gráficos.
D) utilizar fotos relacionadas a eventos atuais.
E) utilizar um título principal objetivo.

QUESTÃO 21:

A indústria cultural – termo empregado pela primeira vez por Horkheimer e Adorno – é impositiva na definição do que deve ser consumido.

PORQUE

Como a arte popular, a indústria cultural tem seus produtos adaptados ao consumo das massas.

Considerando essas assertivas, é correto afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 22:

A revista de comunicação e cultura MSG, em sua edição número 02, apresenta a manchete de capa "Eu mídia: Com torpedos, *e-mails*, *blogs* e vídeos cada pessoa agora é um veículo de comunicação". Em seu *lead* afirma que *"poucos são aqueles que ainda duvidam de que estamos no meio de uma revolução nas mídias e de modificações profundas nas formas de produção, distribuição e comunicação mediadas por computador".*

Que alternativa representa um profissional de comunicação específico para essas novas mídias digitais?

A) *Copydesk*.
B) Diagramador.
C) Editor de Conteúdo.
D) Infográfico.
E) Mídia.

QUESTÃO 23:

Leia o texto:

(...) Não há sinais de medidas concretas que venham a prevenir novas manipulações de resultados.
Quando se coloca diante da TV para acompanhar as voltas das máquinas pela pista, e, depois, quando lê a descrição das disputas nos jornais, o leitor não tem ideia das artimanhas que colocam este ou aquele no pódio. Torce como se a habilidade de cada piloto fosse o fator decisivo para a vitória. Como se sabe agora, há muita "mutreta" por trás da pista.
Se mal consegue explicar as escandalosas manipulações de resultados no campeonato nacional de futebol, com erros de arbitragem que, de tão toscos, não deveriam ser considerados erros, como esperar que a imprensa seja capaz de diferenciar o certo do errado na Fórmula 1?
Trata-se de missão complicada, mas bem que a imprensa poderia ajudar o leitor e telespectador a diferenciar os interesses comerciais da cobertura jornalística, quando roncam os motores. (...)

As liberdades Seletivas, de Luciano Martins Costa, publicado no site Observatório da Imprensa (www.observatóriodaimprensa.com.br) em 29/09/2009

A situação vivenciada pelos veículos de comunicação de massa apresentada no texto é

A) atuação incisiva das assessorias de imprensa nas redações esportivas.
B) conivência da imprensa esportiva para com os proprietários das mídias.
C) manipulação dos empresários automobilísticos nos editoriais jornalísticos.
D) negligência ou omissão dos profissionais na apuração real dos fatos.
E) redação contraditória realizada pela mídia esportiva diante dos acontecimentos.

QUESTÃO 24:

Políticos, partidos, cientistas políticos, profissionais de comunicação e marketing procuram legitimar atitudes políticas com base nas sondagens de opinião, fazendo com que o conceito de opinião pública seja identificado com resultados de pesquisas.

Nesse contexto, conclui-se que

A) a formação da opinião pública nas sociedades contemporâneas não pode ser medida de outra forma.
B) a pesquisa de opinião deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública para tornar-se sua própria expressão.
C) as sondagens constantes desqualificam a metodologia de pesquisa de opinião.
D) o método qualitativo possibilita a coleta de vasta quantidade de dados, com grande número de entrevistados.
E) os atores políticos acreditam que a expressão da opinião pública não pode ser expressa pelas alternativas apresentadas nos questionários de sondagens.

QUESTÃO 25:

Matéria divulgada no Portal Imprensa (www.portalimprensa.com.br) em 16 de abril de 2009 informava que os americanos utilizaram a Internet para participar das eleições presidenciais de 2008. Segundo essa matéria, a *web* se transformou na principal ferramenta para "pesquisar as posições dos candidatos e participar de debates".

Em relação a esse instrumento, leia as afirmativas:

I. *Google* (www.google.com), Alta vista (www.altavista.com), Todobr (www.todobr.com.br) são diretórios em que assuntos são listados por categorias.
II. Os instrumentos de busca na *web* permitem o desenvolvimento de pesquisas significativas, realizadas por meio dos diretórios ou mecanismos de busca.
III. A utilização de frases delimitadas por aspas constitui um recurso significativo de busca que, em alguns mecanismos, pode ser associado a operadores booleanos.

É CORRETO o que se afirma em

A) **II.**
B) **III.**
C) **I** e **II.**
D) **I** e **III.**
E) **II** e **III.**

COMPONENTE ESPECÍFICO/JORNALISMO

QUESTÃO 26:

Na pesquisa jornalística, o repórter dispõe dos *sites* de busca na internet, da citação de autores e seus livros, da apuração do que foi dito em matérias anteriores de jornais e revistas e até de temática de filmes. No entanto, tem havido um uso indiscriminado dos textos da internet, indicados por pesquisas em *sites* de busca. Esses textos, na maioria, não têm o formato nem a qualidade de um texto jornalístico.

É CORRETO afirmar que

A) nas diversas modalidades da pesquisa jornalística é imprescindível verificar a exatidão das informações.
B) as informações contidas no texto de pesquisa reproduzem, na integralidade, as fontes consultadas.
C) as pesquisas realizadas nos livros são mais confiáveis do que as realizadas em jornais e revistas.
D) as fontes apuradas na internet são confiáveis e precisam ser referenciadas.
E) os *sites* de busca constituem o roteiro principal da pesquisa jornalística.

QUESTÃO 27:

O primeiro artigo do Código de Ética do Jornalista afirma: *"A presunção da inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística."*

Do ponto de vista ético, a situação apresentada abaixo que se aplica ao enunciado desse artigo é

A) a divulgação de gravações telefônicas autorizadas pela justiça.
B) a difusão de notícia com base em informação oficial via *release*.
C) a elaboração de reportagem com a versão de autoridade e especialistas.
D) a produção de matéria com base em provas e versões de todos os envolvidos.
E) a propagação de um "furo" com ênfase na rapidez e agilidade da divulgação.

QUESTÃO 28:

No jornalismo impresso os textos podem ser de opinião, principalmente na página de editoriais, e de informação, divulgados nas matérias distribuídas nas editorias.

Ao redigir os textos, é imprescindível que

A) o comentarista responsável pelas colunas siga a orientação do Editor de Opinião.
B) o repórter reproduza fielmente as opiniões dos especialistas no assunto.
C) o Editor de Opinião indique os assuntos para os textos dos articulistas.
D) o editorialista desconsidere as informações ao redigir a matéria.
E) o Editor de Opinião e o comentarista desempenhem funções semelhantes.

QUESTÃO 29:

"No princípio, Deus criou o céu e a terra." Essa frase bíblica é encontrada no *Manual de Estilo da Editora Abril* (Nova Fronteira, 1991) como exemplo de clareza, simplicidade e impacto, destacando que "se a primeira frase não levar à segunda, seu texto está morto".

PORQUE

O *Lide*/Abertura da matéria deve trazer a informação mais importante.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 30:

Leia a figura e analise as afirmativas:

Jornal de Angola

PAULO KASSOMA REAFIRMA APOSTA NA EDUCAÇÃO

Governo empreende esforços para concretizar programas

EM NOVEMBRO

Taça do Mundial chega a Angola

"CASO FRESCURA"

Tribunal de Luanda ouve testemunhas

ATENTADOS

Rede Al Qaeda tem novo método

MINISTRO DAS FINANÇAS

Crédito visa equilibrar balança de pagamentos

ANGOLANOS EM GOMA

Milhares de pessoas estão ameaçadas de expulsão

Habitações para seis milhões de angolanos

LUTO

Morreu André Pasty ex-deputado do MPLA

STEPHANIE KRONEMBURG EM ANGOLA

Estados Unidos querem parceria para o combate ao tráfico humano

VENCE 1º DE AGOSTO

Equipa do Benfica sobe no Girabola

Sonangol

TAAG

BAI

Jornal de Angola – Edição 06/10/2009

I. A manchete principal apresenta uma matéria com base em uma fonte oficiosa fixa.

II. A notícia principal se baseia em uma reportagem investigativa.

III. As chamadas nessa capa são direcionadas a matérias de gênero informativo.

IV. Há pelo menos uma chamada oriunda de Agências de Notícias Internacionais.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I** e **III**.

B) **I** e **IV**.

C) **II** e **III**.

D) **II** e **IV**.

E) **III** e **IV**.

QUESTÃO 31:

O departamento fotográfico de uma revista, envolvida na produção de caderno especial, na área de esportes, determina que se faça uma cobertura de fotos dos acontecimentos mais marcantes das Olimpíadas.

Que ação o departamento indicará para as modalidades em que o Brasil não é competidor?

A) Acompanhar apenas as modalidades com atletas norte-americanos e russos.
B) Direcionar a atenção às modalidades que tenham atletas mais competitivos.
C) Efetuar cobertura com ênfase nas modalidades de interesse dos brasileiros.
D) Ignorar essas modalidades que não possuem brasileiros na disputa.
E) Realizar cobertura completa de todas as modalidades dos Jogos.

QUESTÃO 32:

O projeto gráfico de impressos, a criação visual – *design* – no jornalismo *on-line* (*sites*, *blogs* e *twitter*) e os recursos gráficos de jornais televisivos respeitam as características de cada tipo de mídia.

PORQUE

O visual dos impressos apresenta imagem estática, enquanto o da *web* se desloca com base nas várias tecnologias, e o da TV possui a dinâmica do movimento contínuo.

A respeito dessas duas assertivas é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 33:

Nos primeiros minutos de trabalho, no início da manhã, o chefe de reportagem de uma rádio reúne sua equipe de jornalismo para distribuir as pautas para cada repórter, definindo o tipo de abordagem e os critérios de apuração dos assuntos propostos numa rápida reunião que define a linha de trabalho a ser adotada pela equipe da manhã.

Essa rotina é denominada

A) *Brainstorming,* que é uma técnica habitual de criação que consiste na busca coletiva de ideias.
B) *Briefing,* em que o resumo da pauta é transmitido pela chefia aos repórteres.
C) *Broadcast,* que significa reunião de equipe de rádio ou TV para roteirização de programas.
D) *Checking,* em que se definem os horários que cada repórter terá durante a programação.
E) *Clipping,* quando serão efetuados os recortes dos fatos a serem apurados pelo jornalismo.

QUESTÃO 34:

Leia a figura:

Essa entrevista para TV é realizada em um dos planos mais utilizados pelo telejornalismo, denominado *close médio,* que significa

A) o enquadramento total do rosto do entrevistado sem espaço para a paisagem de fundo.
B) o enquadramento do entrevistado da cintura para cima com visão significativa do ambiente.
C) o enquadramento do entrevistado no lado direito da tela, deixando o esquerdo para o cenário.
D) o enquadramento do entrevistado no lado esquerdo da tela com alguma imagem significativa no outro lado.
E) o enquadramento da cabeça e do ombro do entrevistado no vídeo.

QUESTÃO 35:

Um jornalista divulga, em um *blog*, matéria ofensiva a uma pessoa. Há direito constitucional de resposta ao ofendido?
Para acatar o direito de resposta, aparecem, como práticas usuais na mídia, estratégias como: minimizar o espaço da resposta; não dar destaque igual ao da acusação feita; publicar a resposta muitos dias, semanas e até meses depois.

Considerando-se o direito legal de resposta, a atitude a ser adotada pelo jornalista do *blog* é

I. esperar o resultado da ação impetrada pelo ofendido na justiça;
II. publicar a resposta de imediato e garantir o mesmo espaço para a argumentação do ofendido;
III. colocar a resposta do ofendido no espaço do *blog* dedicado aos comentários dos internautas;
IV. não ignorar o direito de resposta do ofendido com base na inexistência de legislação específica para a web.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I** e **III.**
B) **I** e **IV.**
C) **II** e **III.**
D) **II** e **IV.**
E) **III** e **IV.**

QUESTÃO 36:

Leia o texto:

> **Em nossas terras, certamente a "barriga" mais famosa ficou conhecida como o episódio do "boimate" e foi protagonizada pela *Veja*, nossa revista líder de audiência. Até hoje, costuma-se invocar este exemplo (isto é feito sobretudo por pessoas que não militam na imprensa, pesquisadores em particular) para qualificar negativamente ou mesmo para provocar os jornalistas.**
> **O "boimate" foi publicado pela *Veja* em abril de 1983 e referia-se a uma "sensacional" descoberta ocorrida na Alemanha (mais precisamente na cidade de Hamburgo – o que, como iremos ver, nada tem de acidental). Dizia respeito à pesquisa de investigadores alemães que, respaldada em processo inédito para a fusão de células animais e vegetais, culminou com um produto singular: o "boimate", meio carne, meio tomate, ou seja, algo que dava em árvore e que, em resumo, se constituía em um hambúrguer que já vinha com ketchup.**

BUENO, Wilson da Costa
Portal Imprensa - Publicado em: 24/09/2007

É CORRETO afirmar que o texto está se referindo a

A) uma informação inverídica.
B) um furo de reportagem.
C) uma matéria inusitada.
D) uma notícia plagiada.
E) uma reportagem premiada.

QUESTÃO 37:

Leia o texto:

> **Crises de imagem impõem inúmeros conflitos de natureza ética e estratégica a quem está no centro dos acontecimentos. Saber conciliar a postura mais transparente possível em relação à verdade com a melhor estratégia de defesa da causa a médio e longo prazos – este é o desafio.**

ROSA, Mário. *A Era do Escândalo*.

Com base no texto e nos conhecimentos relacionados à assessoria de comunicação, é CORRETO afirmar que, em momentos de crise, a melhor conduta para os profissionais da área é

A) antever problemas, mantendo as informações sob controle.
B) atender à imprensa, omitindo fatos comprometedores.
C) estar atendo aos acontecimentos e não mentir jamais.
D) manter os gestores em total isolamento, protegendo-os.
E) planejar estratégias que obstruam a visão do problema.

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Considere as linhas editoriais a seguir:

I. Jornal popular, geralmente criticado por ser sensacionalista, inventar e/ou omitir fatos e preocupar-se apenas em faturar, aumentar a tiragem, publicar notícias irresponsáveis, atrair e agradar certo público-leitor.

II. Jornal de grande porte, considerado mais responsável, por vezes esquece o verdadeiro interesse pela informação, manipulando a notícia em favor de outros interesses empresariais, financeiros, comerciais, etc. E, assim, pode incorrer em muitos erros.

Compare as linhas editoriais, aponte as principais inconsistências desses veículos e proponha uma inovação que signifique avanço na relação mídia e sociedade.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

O novo Código de Ética do Jornalista repete a Constituição de 88, quando afirma que a ética do profissional tem por base o direito fundamental do cidadão à informação, *"que abrange o direito de informar, ser informado e de ter acesso à informação"*. Imagine uma investida policial em comunidade pobre, em que houve abuso de autoridade, prisão ilegal, sonegação de informação a parentes de um acusado e proibição de cobertura por emissoras de rádio e televisão sob a justificativa de que a presença de repórteres com equipamentos poderia atrapalhar a ação policial.

Diante da situação descrita, proponha a ação adequada empregada pelo profissional de jornalismo com base em seu Código de Ética.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

A Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 serão realizados no Brasil. Considere que você foi incumbido da elaboração de um caderno especial, da editoria de esportes, de um tabloide. O tema do caderno será: "As chances de nossos atletas e equipes em 2014 e 2016".

Formule as pautas e planeje a cobertura a ser feita, considerando que

a) o caderno terá 12 páginas;
b) o público-alvo é a classe C.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/PUBLICIDADE E PROPAGANDA

QUESTÃO 26:

Leia as afirmativas:

Nas atividades empresariais hodiernas, as ações de marketing envolvem toda a vida do produto ou serviço ofertado pelas empresas ao mercado existente ou potencial.

PORQUE

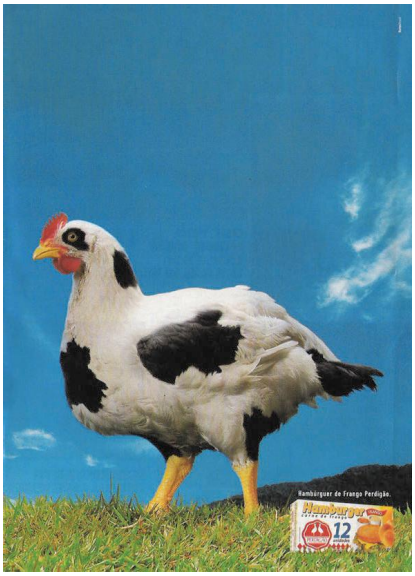
Abarcam atividades que se iniciam na concepção ideal do produto ou serviço, e se finalizam somente nas etapas posteriores mesmo à compra do produto ou à contratação do serviço, visando satisfazer ou criar necessidades no consumidor e possibilitar a otimização de lucros de uma empresa, entre outros objetivos.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
E) as duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma justificativa correta da primeira.

QUESTÃO 27:

As figuras clássicas de retórica são utilizadas de diferentes formas pelos profissionais de criação para estabelecer relações incomuns e/ou criar situações bem humoradas que chamam a atenção do público para as peças. Examinando a peça publicitária apresentada abaixo, é possível perceber que, no conceito criativo empregado, há uma relação retórica estabelecida pela manipulação da imagem da galinha, na qual são inseridos signos representativos de outro animal – no caso a trama das manchas e as cores típicas dos bovinos do tipo holandês –, pela ambientação da fotografia – um pasto – e pelo ângulo no qual a galinha está enquadrada.
Assinale a resposta que indica o tipo de relação retórica estabelecida.



A) Adjunção.
B) Substituição.
C) Paradoxo.
D) Oposição.
E) Supressão.

QUESTÃO 28:

As questões éticas envolvendo a publicidade geraram a existência do Conar – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, instituição que fiscaliza a propaganda comercial veiculada no Brasil. Considerando o funcionamento dessa instituição, leia as afirmativas:

I. O Conselho de Ética do Conar é composto por representantes das agências de publicidade, dos anunciantes, dos veículos, dos consumidores e de órgãos governamentais.
II. Uma recomendação do Conselho de Ética do Conar poderá determinar a alteração de um anúncio ou impedir que ele venha a ser veiculado novamente.
III. O Conselho de Ética do Conar poderá propor uma advertência do anunciante e/ou de sua agência, mas nunca a divulgação pública da reprovação, o que só pode ser feito por iniciativa voluntária do anunciante ou da agência.
IV. As decisões do Conar são rigorosamente respeitadas pelos veículos de comunicação, que não mais veiculam um anúncio reprovado.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I** e **II**.
B) **II** e **IV**.
C) **II** e **III**.
D) **I** e **IV**.
E) **II**, **III** e **IV**.

QUESTÃO 29:

A identidade visual de qualquer empresa é, atualmente, um dos mais importantes patrimônios simbólicos. Como é denominado o elemento institucional de uma identidade visual, que pode ser definido como a particularização da escrita do nome dessa empresa?

A) Alfabeto institucional.
B) Assinatura visual.
C) Cor institucional.
D) Logotipo.
E) Símbolo.

QUESTÃO 30:

Muitos movimentos das artes plásticas influenciaram a estética da publicidade. O movimento artístico do qual se pode dizer que sofre influência da publicidade é o da Pop Art, especialmente porque um dos seus principais expoentes também exercia a profissão de publicitário. Esse artista era:

A) Roy Lichtenstein.
B) Edward Hopper.
C) Lawrence Alloway.
D) Norman Rockwell.
E) Andy Warhol.

QUESTÃO 31:

A direção de arte é a atividade do campo da publicidade que é responsável pela elaboração dos conceitos visuais aplicados nas campanhas. Tendo em mente a definição acima e pensando na prática profissional, leia as afirmativas:

I. Um diretor de arte necessita ter uma sensibilidade e uma cultura geral muito desenvolvidas.
II. Um diretor de arte deve ser conhecedor de técnicas de produção, tanto para meios impressos quanto eletrônicos e digitais.
III. Um diretor de arte deve ser capaz de definir estratégias criativas juntamente com o redator que é sua dupla.

É CORRETO o que se afirma em

A) **I** e **II**.
B) **I** e **III**.
C) **I, II** e **III**.
D) **II** e **III**.
E) **II**.

QUESTÃO 32:

Entre os processos de impressão listados abaixo, qual é o mais utilizado para a produção de peças publicitárias no mercado mundial e também originário da litografia?

A) Flexografia.
B) Serigrafia.
C) Rotogravura.
D) *Offset*.
E) Tipografia.

QUESTÃO 33:

Determinadas peças publicitárias ultrapassam a mera função de anunciar as qualidades de um produto ou serviço e promover sua venda. São concebidas de uma maneira que transmitem um conceito de forma tão eficiente e lírica que acabam se incorporando ao imaginário coletivo de um país. Essas peças, em geral, são produzidas com um apuro técnico absoluto que igualmente contribui para reforçar o sentido desejado e fortalecer ainda mais a transmissão do conceito da campanha.

O filme "O primeiro Valisère a gente nunca esquece", da antiga W/GGK (atualmente W/Brasil), agência de Washington Olivetto, foi vencedor do Leão de Ouro do Festival de Cannes e de vários outros prêmios. Exibido pela primeira vez depois do *Fantástico,* na Rede Globo de Televisão, tem um minuto e meio de duração e foi veiculado quando o comum eram peças de trinta segundos. Seu clima romântico e idílico é reforçado pelo recurso ao seguinte aspecto de produção audiovisual:

A) inserção da trilha musical, baseada no estilo das *bigbands* estadunidenses.
B) iluminação difusa e predominância de cores quentes na sua fotografia.
C) locução em *off*, que conduz a trama do roteiro de forma segura.
D) enquadramento, sempre em plano americano, que rememora cenas clássicas de cinema.
E) plano de sequências, estabelecido pela direção de cena, que foi baseado em clássicos românticos do cinema, como "A um passo da eternidade".

QUESTÃO 34:

O planejamento de mídia de uma campanha envolve o estudo e a organização de muitas ações.

Sob a ótica dessa especialidade publicitária, leias as afirmativas:

I. É responsável pela programação de veiculação das campanhas e pelo controle da compra de tempo e espaço nos veículos, após a realização das negociações de preço serem concluídas pelo financeiro da agência.
II. Verifica a frequência, a audiência, a área, a circulação, a tiragem, a duração, a localização, os preços de inserção e o tipo de veículos.
III. Seleciona e indica os veículos mais propícios à divulgação de determinada mensagem, considerando exclusivamente a verba disponível para a veiculação da campanha.
IV. Especifica as características técnicas do anúncio, como seu formato ou duração e cores.
V. Especifica as datas de publicação dos anúncios, custo bruto, comissão da agência, custo líquido, prazo de pagamento.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I**, **II** e **V**.
B) **I**, **III** e **V**.
C) **II**, **III** e **IV**.
D) **III**, **IV** e **V**.
E) **II**, **IV** e **V**.

QUESTÃO 35:

Uma agência de publicidade é uma empresa que vende soluções de comunicação para seus clientes. Um único publicitário não terá condições profissionais de executar todas as tarefas envolvidas no processo de comunicação com igual desenvoltura. Para que as soluções de comunicação geradas por uma agência tenham efetividade, as atividades profissionais dos publicitários são tradicionalmente diferenciadas. Como é denominada a atividade exercida pelos publicitários que pode ser definida como a que estabelece as funções específicas relacionadas com a veiculação da campanha e de que forma ela vai ocupar seu espaço para ser percebida pelo público-alvo?

A) Atendimento.
B) Direção de criação.
C) Produção.
D) Mídia.
E) Tráfego.

QUESTÃO 36:

Segundo Neusa Demartini Gomes, *"nas análises de marketing, o consumidor é o ponto convergente que centraliza todas as pesquisas dos especialistas e é tanto considerado em sua identidade individual quanto coletiva"*. Conhecer os desejos do consumidor e descobrir a sua identidade é uma tarefa de difícil execução, pois desejos não são estáticos e as identidades sofrem alterações com o passar do tempo. Mas, geralmente, a demanda surge estimulada pelos seguintes elementos fundamentais:

A) desejo de possuir o produto, capacidade de poder adquirir o produto e aceitação do custo do produto.
B) desejo de possuir o produto, capacidade de poder adquirir o produto e identificação com o conceito publicitário exposto na campanha do produto.
C) desejo de possuir o produto, existência de crédito fácil para aquisição do produto e aceitação do custo do produto.
D) desejo pelo *status* representado pelo produto, capacidade de poder adquirir o produto e identificação com o conceito publicitário exposto na campanha do produto.
E) desejo pelo *status* representado pelo produto, existência de crédito fácil para aquisição do produto e identificação com o conceito publicitário exposto na campanha do produto.

QUESTÃO 37:

Sobre pesquisa de mercado e pesquisa científica, leia as afirmativas:

A pesquisa científica é uma forma de ação natural do ser humano que realiza uma exigência de sua essência, a de se aperfeiçoar e que, em um sentido geral, pode ser definida como todo e qualquer procedimento sistemático e/ou busca minuciosa para estudar a realidade, com o fim de estabelecer fatos ou princípios relativos a um campo do conhecimento. Apesar de não poder ser encarada como uma ação natural, ou uma exigência da essência do ser humano, a pesquisa de mercado pode ser igualmente definida como procedimento.

PORQUE

Assim como a pesquisa científica, a pesquisa de mercado busca estabelecer paradigmas de verdade, só que apenas aqueles que corroborem para a correta consecução das atividades empresariais estabelecidas em um país e o consequente desenvolvimento da economia nacional.

Considerando-se essas asserções, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) as duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma justificativa correta da primeira.
C) a primeira asserção é verdadeira, e a segunda é falsa.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
E) as duas são falsas.

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

A recente crise econômica, que lançou a quase totalidade da economia mundial em um período de recessão, afetou seriamente até os países com bases sólidas, como Alemanha e Estados Unidos. Em função das razões de sua origem, centradas no mercado financeiro estadunidense de títulos imobiliários, logicamente essa crise atingiu profundamente esse segmento em quase todos os países.

Geralmente, em situações como essas, as verbas publicitárias estão entre as mais afetadas, o que obriga os publicitários a encontrarem soluções mais criativas e cada vez menos dispendiosas. Nesses momentos as possibilidades da comunicação em meios digitais se transformam em soluções viáveis e efetivas.

Levando em consideração as condições descritas acima, desenvolva um pequeno planejamento para uma campanha publicitária de um hipotético lançamento imobiliário e uma rápida argumentação para defendê-lo.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Uma pequena agência de publicidade conseguiu como cliente uma rede de lojas de vestuário de produtos de qualidade, com estilo dos tipos "esportivo" e "casual", direcionados para o uso diário e com uma complementação de linha do tipo "esporte fino". O público-alvo tem o seguinte perfil: sexo masculino, solteiro, atuando principalmente em profissões liberais, idade entre 25 e 35 anos, instrução de nível superior completo e pertencente às classes C^+, B^- e B. Como planejamento, optou por anúncios de página inteira em revistas masculinas, pequenas peças gráficas – como *flyers* e *folders* – que serão distribuídas em boates e bares da moda próximos aos pontos de vendas do cliente por promotoras, inserções de peças digitais em sites esportivos, e utilizou como conceito básico da campanha a identificação com ícones masculinos de Hollywood como Humphrey Bogart, Burt Lancaster e Paul Newman.

Identifique se existem equívocos no planejamento de comunicação acima e os corrija ou, caso considere que não há nenhum erro, justifique a razão de considerar o planejamento correto.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Uma empresa tradicional de bebidas alcoólicas manteve durante os últimos 20 anos o mesmo tipo de comunicação integrada que foi efetivo para um forte crescimento de vendas após 1950. Entretanto, na última década, mesmo melhorando fatores como distribuição e qualidade dos produtos, suas vendas entraram em queda de forma consistente e continuada. Contratando uma empresa de pesquisa, apurou que a principal razão para esse fato foi o envelhecimento do seu público fidelizado, somado ao baixo índice de renovação etária de seus consumidores dos tipos *heavy users* e *medium users,* somente obtendo um efetivo significativamente maior de novos consumidores entre os tipificados como *light users*.

Analisando o quadro exposto no parágrafo anterior, estabeleça, de forma resumida, uma nova estratégia de comunicação integrada, que possibilite a essa empresa hipotética aumentar o consumo de seus produtos entre os consumidores do tipo mais importante, a fim de recuperar seu faturamento e, consequentemente, possibilitar a sobrevivência da empresa.

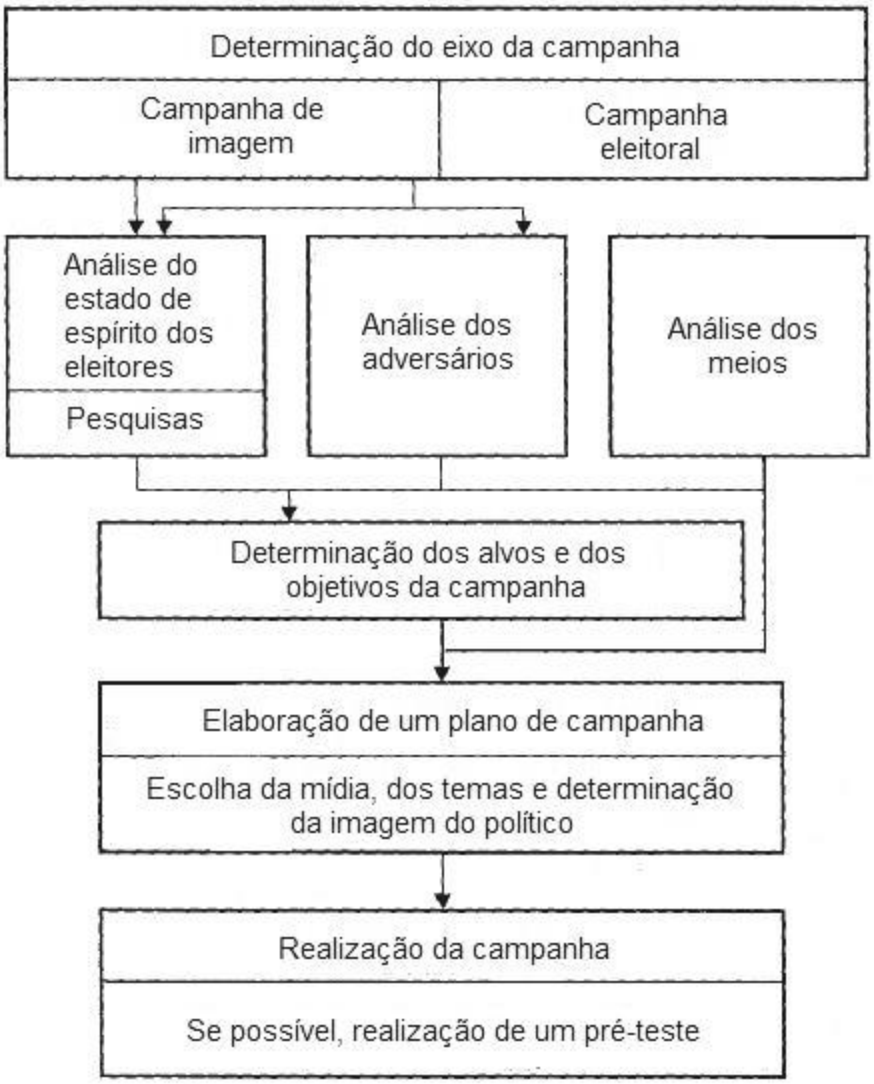
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/RELAÇÕES PÚBLICAS

QUESTÃO 26:

Leia o organograma que representa um planejamento de campanha de marketing político:



Com base na leitura dessa figura, leia as afirmativas:

I. O marketing político é um conjunto de técnicas e de procedimentos, cujo objetivo é avaliar a disposição da sociedade para votar em determinado candidato.

II. O planejamento do marketing político é semelhante ao planejamento do marketing de produto.

III. As estratégias do marketing político fundamentam-se em pesquisas qualitativas e quantitativas para definir a postura do candidato, os temas, as propostas e a forma de apresentá-las.

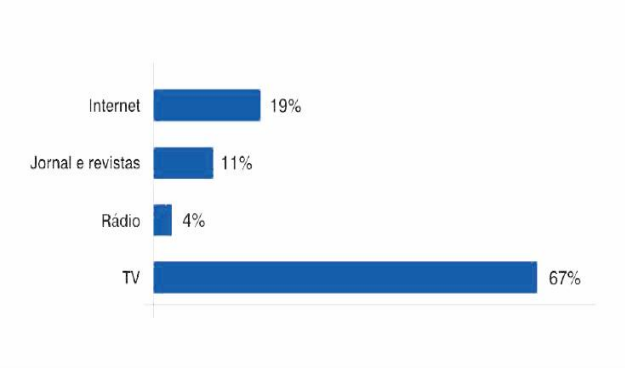
É CORRETO o que se afirma em

A) **II** e **III.**
B) **II.**
C) **I** e **III.**
D) **III.**
E) **I** e **II.**

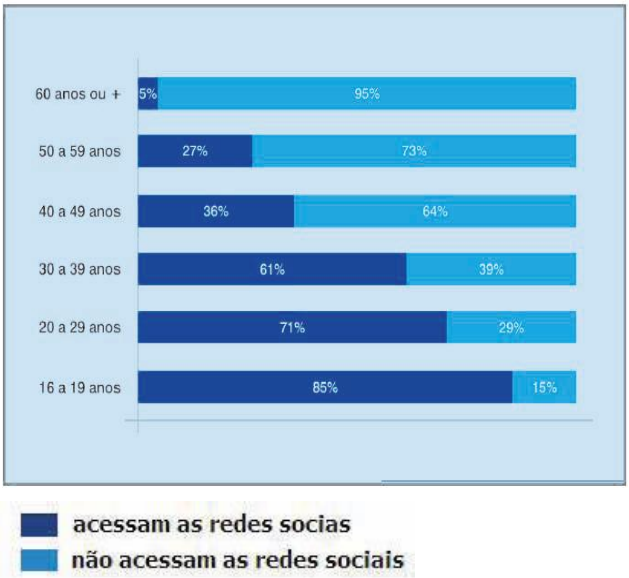
QUESTÃO 27:

Leia os gráficos que apresentam os resultados da pesquisa do Data Senado, realizada em 2009, acerca do uso da internet nas próximas eleições:

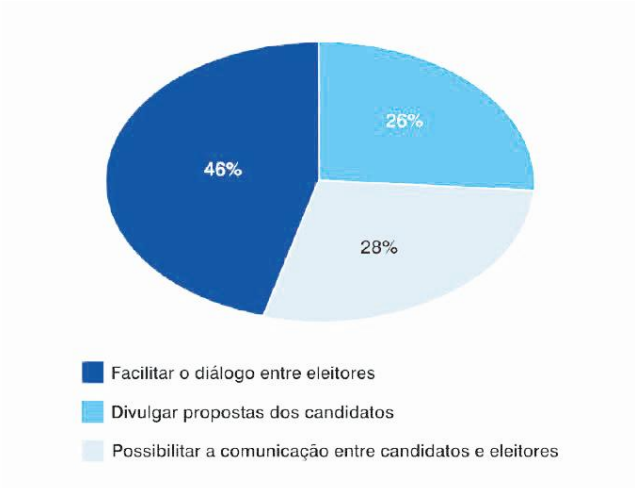
Qual é o meio de comunicação que você mais usa para se informar sobre política?



Participação em redes sociais por faixa etária



Qual é a maior vantagem do uso da internet nas eleições?



Com base na leitura desses gráficos, é CORRETO afirmar que

A) a influência das redes sociais sobre os debates políticos será reduzida, uma vez que só o público muito jovem acessa as redes e não atingiu a idade mínima para votar.
B) os brasileiros vão discutir sobre a próxima eleição na internet, apesar da supremacia da televisão como meio de informação.
C) a opinião das pessoas com mais de 50 anos será predominante na formação da opinião pública porque são as que mais utilizam a televisão como meio de informação política.
D) os dados representados nesses gráficos comprovam que a tomada de decisão dos eleitores será feita com base na televisão.
E) os meios de informação mais novos, como a internet, não devem influenciar as eleições, pois a maior parte dos respondentes não acessa esses veículos.

QUESTÃO 28:

É função das relações públicas em uma organização

A) buscar o equilíbrio administrativo-financeiro.
B) elaborar e gerir o planejamento de comunicação.
C) fazer a gestão do público interno.
D) implantar o planejamento estratégico da empresa.
E) prestar contas aos acionistas.

QUESTÃO 29:

Desenvolvimento, Pesquisa, Propaganda e *Branding* são as quatro etapas tradicionais utilizadas no marketing de produtos e serviços. Uma etapa crucial de qualquer planejamento de marketing é conseguir estabelecer um nome de marca na mente do consumidor.

Para isso,

A) a assessoria de imprensa é a mais indicada para conseguir estabelecer um nome de marca na mente dos consumidores porque utiliza a mídia.
B) a internet é o veículo mais indicado, pois alcança, com mais eficiência, os consumidores, permitindo fixar a imagem das marcas.
C) as ações de propaganda são as mais indicadas, pois a propaganda tem muita credibilidade junto aos consumidores.
D) as ações de relações públicas, dirigidas ao relacionamento com o público, podem ser as mais eficazes, uma vez que o marketing lida com percepções e sentimentos.
E) as estratégias de marketing social são as que conseguem efeito mais duradouro na mente do consumidor.

QUESTÃO 30:

Leia a figura, que representa formas de relacionamento da organização com seus públicos:

É CORRETO afirmar que essa figura

A) expressa a classificação do público externo de uma determinada empresa.
B) representa a comunicação organizacional das instituições públicas.
C) representa o foco do trabalho de relacionamento com a mídia.
D) representa o relacionamento das empresas com seus públicos-alvo.
E) representa o relacionamento das organizações com seus públicos.

QUESTÃO 31:

O relacionamento com a mídia é uma das principais preocupações dos profissionais nas assessorias de comunicação, pois a mídia se tornou uma das maneiras mais eficazes para uma organização se colocar frente aos seus públicos e com eles interagir. As interações das organizações com a sociedade hoje em dia acontecem mais por meio dessas teias comunicativas do que por meio do trabalho que essas organizações desenvolvem.

Considerando-se essas informações, leia as afirmativas a seguir:

I. O *clipping* é a prova cabal do trabalho de uma assessoria para informar ou influenciar a opinião pública e é o principal instrumento para medir o retorno de ações e para avaliar a relação custo–benefício.

II. A relação com a mídia, em uma situação de crise empresarial, torna-se tensa e perigosa, e os especialistas aconselham abordar o tema de forma geral, omitindo detalhes que poderão ser usados em outras notícias.

III. A mídia corporativa está preocupada em ocupar a agenda midiática com o ponto de vista setorial, isto é, difundir a perspectiva do segmento a que pertence, de modo a interferir na moldagem da esfera pública.

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **I** e **II**.
B) **II** e **III**.
C) **III**.
D) **III** e **I**.
E) **I**.

QUESTÃO 32:

Uma Agência de Relações Públicas tem como cliente em seu portfólio, há vários anos, uma instituição de educação superior. Recentemente, a agência foi procurada por uma instituição concorrente, da mesma cidade, com o objetivo de implantar um programa de marketing junto às escolas, visando captar maior número de alunos para o seu vestibular.

De acordo com o Código de Ética dos profissionais de Relações Públicas, cabe a essa agência

A) contratar nova equipe para atendimento exclusivo à instituição concorrente.
B) fazer associação com outra agência, para atendimento conjunto do novo cliente.
C) o direito de decisão acerca do procedimento a adotar, pois esse código não aborda o problema.
D) recusar atender a dois clientes concorrentes, sem autorização prévia das partes.
E) um prazo de até três meses para decidir qual cliente permanecerá em seu portfólio.

QUESTÃO 33:

Há pouco tempo, organizou-se, em uma capital brasileira, um movimento para a valorização de um de seus bairros. Segundo alguns analistas, esse movimento teve a missão de resgatar a vocação residencial do bairro; para outros, seu objetivo foi alavancar o mercado imobiliário. Seja como for, o fato de a campanha ter iniciado em uma comunidade no Orkut demonstra que

A) a estratégia utilizada pelo movimento foi baseada nos princípios do marketing social, cujo objetivo é promover ações de valorização da cidadania.
B) as redes sociais estão sendo usadas por empresas e por associações para gerar movimento de ideias e opiniões e alavancar negócios.
C) o movimento apresenta características de campanha de marketing político voltada para arrecadar eleitores nas comunidades virtuais.
D) o movimento apresenta características de estratégia de marketing, mas não de marketing de guerrilha.
E) o movimento foi uma estratégia de comunicação para valorizar a política do poder público municipal.

QUESTÃO 34:

> **A comunicação comunitária em sua forma mais avançada pressupõe uma experiência em que a mídia e outras formas e canais de expressão pertençam à comunidade e a ela remetam.**

Quais são as características que identificam as atividades de Relações Públicas no terceiro setor?

A) Aquelas cujas estratégias políticas visam empoderar o terceiro setor, para obter a posse de veículos de comunicação.
B) Aquelas implementadas sem a utilização da grande mídia e sem propaganda paga, restritas às empresas que utilizam condutas éticas comprovadas.
C) Aquelas que se ocupam do planejamento, da implantação e da gestão da comunicação das comunidades.
D) Aquelas que reivindicam a gestão de meios de comunicação, hoje nas mãos dos grandes conglomerados de rádio e televisão.
E) Aquelas que reconhecem o protagonismo do cidadão no processo de planejamento, de produção e de difusão de conteúdos.

QUESTÃO 35:

Algumas empresas do setor de bebidas e tabaco adotam campanhas de comunicação que sugerem moderação no beber e fumar.

Como se enquadram essas campanhas, do ponto de vista da responsabilidade social?

A) Um caso de marketing de guerrilha.
B) Um exemplo de coerência entre discurso e prática de uma organização.
C) Uma campanha de propaganda subliminar.
D) Uma tentativa de vender uma imagem positiva da empresa.
E) Uma postura empresarial coerente com os princípios da responsabilidade social.

QUESTÃO 36:

Leia as afirmativas:

A comunicação nem sempre flui com facilidade no interior das organizações.

PORQUE

Muitas pessoas utilizam-se da informação como instrumento de poder.

Considerando essas afirmativas, é CORRETO afirmar que

A) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
E) as duas são verdadeiras, mas a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 37:

A expectativa de uma organização no relacionamento com seus empregados é de uma relação baseada na dedicação, lealdade e comprometimento.

PORQUE

O grau de dependência que uma organização tem com seus empregados não é essencial.

Considerando essas afirmativas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) as duas são falsas.
C) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
E) as duas são verdadeiras, mas a segunda não justifica a primeira

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA:

De acordo com o Instituto Ethos, a empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho), ainda que esse seja um pressuposto indispensável. A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados. Também deve estar atenta para o respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses.

Considerando-se essas informações, analise este caso:

Preocupada com a questão social, uma conhecida empresa de calçados brasileira criou, há 10 anos, um projeto na área de Responsabilidade Social voltado para seus funcionários, com a intenção de estabelecer uma parceria saudável entre capital–trabalho e empresa–funcionário. Esse projeto relativo aos funcionários envolvia vários temas como educação, habitação, segurança, e fazia parte de uma política da organização para promover seus colaboradores em três dimensões: pessoal, profissional e cidadã.

Os resultados alcançados foram excelentes: os programas de segurança reduziram em 66% os acidentes de trabalho; em 57% os custos com acidentes, e o número de dias perdidos diminuiu 83%. Além das questões de segurança de trabalho, a empresa ofereceu a seus colaboradores, por meio de uma associação, seguro de vida e seguro residência contra incêndio e vendaval, para os quais arrecadou contribuições simbólicas dos beneficiados. Uma parceria com uma instituição financeira também permitiu que 20% dos seus funcionários adquirissem casa própria e que fosse criado um fundo especial de complementação para a aposentadoria.

Desde o ano passado, a empresa está preparando um novo projeto de Responsabilidade Social com objetivos e metas para os próximos 5 anos.

Considerando-se essas informações, proponha duas estratégias que essa empresa poderá incluir em seu novo projeto. Justifique cada uma delas.

Estratégia 1/Justificativa: **(VALOR: 5 PONTOS)**

RASCUNHO

Estratégia 2/Justificativa: **(VALOR: 5 PONTOS)**

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

O evento institucional traz inúmeros benefícios às organizações, como melhorar o relacionamento com públicos estratégicos e "*prospects*"; promover novas marcas; reforçar o conceito institucional da marca; estabelecer parcerias; captar novos recursos e provocar mídia espontânea.

Considere que você é parte integrante da equipe de comunicação de uma empresa de seguro de saúde que promoverá um evento corporativo para apresentar um novo programa de atendimento especial para a terceira idade. Nessa equipe, você é responsável pelo atendimento e pela recepção dos convidados.

Enumere quatro etapas do programa de atendimento aos convidados proposto por você, com ênfase nas ações de atendimento ao público-alvo.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

A novidade que os mais recentes debates sobre Comunicação Pública trazem é a tentativa de viabilizar a mudança do foco da comunicação, tradicionalmente voltado ao atendimento dos interesses da organização e de seus gestores, para o atendimento dos interesses do conjunto da sociedade, de uma forma consciente, responsável e estratégica. Esse "deslocamento" do foco da comunicação organizacional, tradicionalmente centrado no interesse da instituição, para abrigar, mediante o debate, os interesses da pluralidade dos cidadãos, é um novo desafio para o profissional de comunicação.

Redija um texto dissertativo que aborde a relação do novo paradigma de Comunicação com as Relações Públicas.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/ EDITORAÇÃO

QUESTÃO 26:

O livro impresso surgiu para atender à demanda de um mercado crescente de leitores que os editores de livros manuscritos não conseguiam mais atender. Copiar livros manualmente era um processo muito lento e cheio de erros. A busca da cópia perfeita e rápida mobilizou muitos empreendedores na Europa do século XV, mas foi Gutenberg quem conseguiu fazer da tipografia uma realidade técnica e econômica. A nova tecnologia se espalhou depressa, tornando o livro impresso um fenômeno comercial e cultural. A partir daí, o livro manuscrito e o impresso conviveram

A) por longo tempo, até que as vantagens econômicas do impresso inviabilizassem o manuscrito.
B) harmoniosamente, de forma complementar, cada um atendendo a diferentes nichos de mercado.
C) pelo tempo de uma geração de leitores, prazo mínimo para uma mudança cultural de tal porte.
D) durante muito tempo, mas cada um se dedicando a temáticas distintas.
E) por pouco tempo, com a rápida extinção do manuscrito, logo considerado um produto obsoleto.

QUESTÃO 27:

Notas de rodapé, glossários, índices remissivos e apêndices fazem parte da rotina de trabalho dos editores de livros técnicos e científicos. No caso de conteúdo digital, esses diferentes recursos de consulta ou esclarecimento do leitor podem ser baseados em links. No caso de uma enciclopédia *on-line*, por exemplo, os links podem ativar de caixas de texto a fotografias, áudios e vídeos. Como editar é basicamente selecionar e organizar conteúdo, a evolução tecnológica significou

A) a modificação radical dos procedimentos do trabalho editorial.
B) uma expansão nos recursos à disposição do editor.
C) o fim das notas e índices remissivos, agora desnecessários.
D) a superação do texto verbal como base do trabalho editorial.
E) uma ruptura com a lógica tradicional da produção editorial.

QUESTÃO 28:

A arte tipográfica é essencial ao design do livro. Ela tem por finalidade distribuir o espaço e controlar o tipo para ajudar, ao máximo, o leitor a ler, compreender e apreciar o texto. A metáfora recorrente é da taça de cristal: quem bebe um vinho esplêndido em uma linda taça de cristal deve prestar mais atenção ao vinho do que à taça. A tipografia de um livro, por mais bela que seja, cumpre função utilitária, obrigatória, acima de sua função estética, que é desejável. Um bom editor sabe escolher os melhores tipos para a obra a ser publicada.

Com base no texto acima, leia as afirmativas:

I. A arte tipográfica é a arte do invisível, pois ninguém compra um livro pelos seus tipos.
II. Quanto mais ousada a tipografia, mais arrojado é o design, valorizando o livro.
III. A arte tipográfica é harmonia e adequação, depende da obra em si, à qual se subordina.
IV. A boa tipografia é vista, mas não percebida, pois não deve sê-lo.

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **I** e **II**.
B) **III**.
C) **III** e **IV**.
D) **II** e **IV**.
E) **I**.

QUESTÃO 29:

Por volta de 1820, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, os livros eram normalmente publicados e vendidos com capas provisórias; eram os compradores que providenciavam a encadernação de couro. A capa permanente podia, então, ter o nome do autor, o título e, talvez, uma decoração adicional. Entre 1820 e 1830, difundiu-se a encadernação em tecido. E, depois de 1860, surgiu a prática de usar gravuras ou fotografias nas capas. No século XX, a beleza da encadernação se tornou determinante para o sucesso de muitas obras. A capa como peça artística e embalagem para promover a venda de produtos editoriais firmou-se primeiramente no segmento de

A) livros de aventura, com suas imagens dinâmicas e de forte impacto.
B) livros didáticos, para permitir imediata visualização do conteúdo da obra.
C) livros eróticos e românticos, para estimular a imaginação do leitor.
D) livros infantis, até hoje caracterizados por capas coloridas e atraentes.
E) livros religiosos, dado o caráter perene de seu conteúdo.

QUESTÃO 30:

Diversos são os recursos gráficos para a impressão de livros, variando em velocidade, qualidade e custo. Conforme seu segmento, sua tiragem e seu preço, cada livro tem seu processo gráfico ideal. Livros de bolso, por exemplo, precisam ser necessariamente baratos, dependem de grandes tiragens e, portanto, de máquinas rápidas. O formato pequeno, com maior aproveitamento do papel, não só reduz o custo de matéria-prima, como o tempo de impressão. Dois ganhos em um segmento que depende do constante e eficiente abastecimento dos pontos de venda.

Com base no texto acima, leia as afirmativas:

I. O processo gráfico ideal baseia-se nas características de cada produto.
II. A velocidade de impressão é o fator mais importante do processo gráfico.
III. A qualidade de impressão prevalece sobre os demais fatores no processo.
IV. O custo é o que o editor tem em mente ao imprimir seu livro.

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **III.**
B) **I** e **IV.**
C) **II** e **III.**
D) **IV.**
E) **I.**

QUESTÃO 31:

Editoras de produtos didáticos estão usando cada vez mais animações geradas por computação gráfica em CD-ROMs e sites que funcionam como complementos dos livros comercializados. Em obras para ensino de Ciências e Geografia, por exemplo, parece ser uma tendência consolidada. É preciso, porém, que tais animações se insiram de forma adequada nos projetos pedagógicos das coleções didáticas. Animações, no caso, são como ilustrações, não devem ser decorativas, mas informativas. Nessa perspectiva editorial, cada animação inserida

I. deve ser parte integrante da obra, não pode ser acessório para entretenimento.
II. precisa alegrar e descontrair o aluno, sozinho ou em grupo, seja na escola ou em casa.
III. tem de ser atualizada a cada evolução do *software* para não ficar defasada em seu apelo.
IV. deve ser necessariamente impactante pelo seu realismo ou originalidade.

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **III.**
B) **I** e **II.**
C) **I.**
D) **II** e **IV.**
E) **III** e **IV.**

QUESTÃO 32:

Leia as afirmativas:

Os atores profissionais são privilegiados em processos de seleção para narradores de audiolivros e têm qualidade de dicção e interpretação, além de empatia com o público.

PORQUE

A produção desses materiais exige qualidade de som impecável e uma leitura perfeita em termos de dicção e interpretação.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
E) as duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma justificativa correta da primeira.

QUESTÃO 33:

A função de proteção de um DVD é do seu estojo. A capa encartada dentro do estojo funciona como embalagem para promover o aluguel ou venda do produto. Pode-se dizer que é muito parecida com a capa de um livro: frente (primeira capa), lombada e contracapa (quarta capa). O planejamento do DVD em si também segue o planejamento de conteúdo principal (o filme) e complementos (os extras). A maneira de navegar dentro desse conteúdo precisa ser diagramada de maneira simples e prática em uma tela que funciona como sumário. O filme é dividido em partes (blocos de cenas), pode ser acessado e visto começando em qualquer uma delas, que funcionam como capítulos. Outra semelhança é a questão da tradução, caso o usuário queira assistir ao filme com legendas em português.

Para produzir e aplicar as legendas, o editor do DVD

A) deve se concentrar na correção ortográfica e gramatical para evitar os erros cada vez mais frequentes nas legendas dos DVDs.
B) deve usar tradução específica, respeitando o espaço disponível na tela para a legenda ser aplicada e lida em sincronia com a cena.
C) deve traduzir tudo o que contém o áudio, como sinal de respeito ao espectador.
D) pode repetir o mesmo texto em português da dublagem, ficando atento com o tempo das cenas e o diálogo das personagens.
E) pode traduzir diretamente das legendas em língua estrangeira, como inglês ou espanhol.

QUESTÃO 34:

Estruturar o texto impresso no espaço da página se torna bem mais sofisticado em obras ilustradas, principalmente quando as imagens são o próprio conceito do livro. Por exemplo, livros de arte, livros de fotografia, atlas geográficos ou de anatomia. A hierarquia entre imagens e textos tem de ser definida desde os primeiros esboços do leiaute editorial. Nesses casos, qual o principal conteúdo a ser considerado?

A) Os textos verbais, sejam longos ou curtos, com ênfase nas legendas e títulos.
B) As legendas, títulos, subtítulos, notas, índices e apêndices, que complicam o trabalho de leiaute.
C) O texto corrido a ser aplicado nas posições corretas, com máxima atenção à numeração das páginas.
D) Os textos que virão com destaques, como cor, negrito e itálico.
E) As imagens, de todos os tamanhos, que constituem o desafio primordial para o leiaute funcional.

QUESTÃO 35:

Um catálogo consistente garante a sobrevivência e a prosperidade da editora a longo prazo, além de permitir que ela possa investir na publicação de novos autores. Podemos, pois, afirmar que o catálogo é o maior patrimônio de um editor. A venda regular de certos títulos mais antigos, ainda que lenta, somada à venda mais rápida de outras obras, mais recentes, geram o equilíbrio necessário para o sucesso editorial. Assim sendo, é CORRETO afirmar que

A) quanto mais especializada for a linha editorial de uma empresa, maiores serão os seus ganhos.
B) deve existir grande quantidade em estoque de todos os títulos do catálogo.
C) o sucesso de um *best-seller* cobrirá sempre os prejuízos causados pelos livros que encalham.
D) as vendas regulares de certos títulos geram acumulação de capital e estabilidade para a editora.
E) se todos os editores publicarem os mesmos livros, não haverá riscos para ninguém.

QUESTÃO 36:

Uma editora pretende lançar uma biografia de importante personalidade do esporte brasileiro no século passado. Um caderno de fotos fará parte da edição, registrando alguns dos momentos mais marcantes da vida do biografado, tanto da sua vida familiar quanto das suas celebrações de vitória. A maior parte das fotos virá do seu acervo pessoal. A pesquisa iconográfica contratada pela editora completará o registro visual das ocasiões importantes.

Com base nesse cenário, uma assessoria jurídica também será imprescindível.

PORQUE

As opiniões expressas pelo biografado poderão despertar reações contrárias na família e nos amigos.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) as duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma justificativa correta da primeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
E) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.

QUESTÃO 37:

A respeito das técnicas de impressão, assinale a alternativa correta.

A) A impressão *offset* é preferível para trabalhos de baixa tiragem, em preto-e-branco ou em cores, a custos relativamente baixos.
B) A impressão em rotogravura tem as chapas mais baratas e rápidas de se confeccionar.
C) A impressão em rotogravura é a mais econômica para altas tiragens, e suas chapas são de longa duração.
D) A impressão tipográfica, geralmente usada para pequenas tiragens, deposita menos tinta no papel do que a sistema *offset*. Suas provas são relativamente baratas.
E) A técnica tipográfica não apresenta qualidade uniforme desde o início até o fim da impressão.

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

O leitor jovem é uma prioridade para o mercado editorial. Atrair esse público, porém, é sempre um desafio, pois cada geração tem sua especificidade em termos de hábitos de consumo e práticas sociais de leitura. Como é muito comum obras literárias darem origem a filmes, seriados, telenovelas e espetáculos teatrais, as editoras costumam aproveitar as oportunidades geradas por esses lançamentos em suas próprias estratégias comerciais. Descreva maneiras simples de livros se beneficiarem, por exemplo, de campanhas de promoção de filmes, dando ênfase ao público jovem.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Coleções exigem planejamento cuidadoso e de longo prazo. Se tomarmos como exemplo o relançamento da obra completa de um autor em uma nova editora, com novo projeto gráfico e fixação do texto, muitos detalhes precisarão ser considerados. Imaginemos um autor considerado regionalista e com forte adoção escolar. Além da obra em si (o texto literário), o editor pode acrescentar conteúdo que agregue valor ao livro e estimule a compra da coleção completa. Exemplifique as formas mais comuns de fazer isso.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Os *e-books*, ou livros em formato digital, exigirão que as editoras pensem seus produtos para atender diferentes situações de leitura. O livro que existe apenas como impresso exige uma única editoração de miolo. Se o mesmo livro existir impresso, em arquivo para *e-reader* (leitor portátil de livros em formato digital) e como arquivo PDF para leitura via internet, em qualquer modelo de monitor, a editora precisará considerar diferentes práticas sociais de leitura e diferentes condições de legibilidade na hora de escolher um projeto gráfico. A recomendação clássica para que a diagramação se baseie nas páginas espelhadas, explorando ao máximo o campo visual do leitor, por exemplo, fica comprometida. Descreva outras diferenças de legibilidade entre ler no livro impresso e na tela do computador.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/RADIALISMO

QUESTÃO 26:

(...) a busca pela qualidade deve nortear o trabalho da TV pública – de todas as TVs públicas – e que a qualidade sempre é recompensada com audiência, mesmo que sua conquista seja um árduo trabalho de educação e reeducação.
E, nesse caminho de construção de conteúdo e audiência, uma TV pública não pode abrir mão do marketing, da correta divulgação de seus atributos. Pois é difícil assistir a uma emissora que não se sabe que existe, que tipo de programação exibe e a importância dessa programação para a educação do País. Talvez resida aí parte do problema da TV Brasil hoje: ainda não conseguiu ser conhecida por seu público, dada a pouca divulgação institucional de sua existência e de sua programação. Afinal, não se pode esperar que conte com a mesma divulgação que a mídia impressa dá aos canais comerciais, muitos deles parte de grandes corporações. Concorrer com a mídia tradicional, com a tradição das novelas ou programas de auditório não é uma tarefa fácil. Que o digam os canais, mesmo comerciais, que não estão nos primeiros lugares de audiência.

linkblog – 10/09/2009

Com base no texto, é CORRETO afirmar, sobre a gestão da TV Brasil, que

A) a emissora necessita de recursos de infraestrutura que lhe possibilitem implantar uma programação de qualidade com visibilidade.
B) a emissora deve implementar sua corretagem comercial, a fim de angariar recursos que lhe permitam ampliar e diversificar a programação.
C) a emissora passa por grandes dificuldades de audiência devido à inexistência de recursos para investimento em publicidade.
D) a emissora precisa investir em qualidade, já que, por meio dessa, alcançará naturalmente bons resultados de audiência.
E) a emissora vive os problemas das pequenas emissoras comerciais com o diferencial de que possui mais recursos para investimento.

QUESTÃO 27:

Quando Bertolt Brecht, em sua *Teoria do Rádio*, anunciou a existência de um processo de vampirização entre os veículos de comunicação, ele queria dizer, incluindo nessa premissa o rádio, que

A) o rádio assume funções características da televisão e da internet inserindo-se num processo complexo de aglomeração midiática.
B) persiste uma repetição de rotinas, em que os novos veículos que surgem utilizam os procedimentos dos veículos já existentes em busca de seus públicos.
C) os meios de comunicação implantados assumem um papel de inovação ignorando os mecanismos utilizados nos veículos já existentes.
D) os novos veículos que surgem suplantam os antigos em termos de público e arrecadação, condenando-os ao desaparecimento futuro.
E) ocorre um aproveitamento dos recursos técnicos e humanos dos veículos já existentes já que a matéria-prima persiste a mesma em todos os veículos.

QUESTÃO 28:

Uma das etapas que definem a boa ou má qualidade do programa produzido para rádio ou TV é a sua edição. O tácito conhecimento das técnicas é responsável pelo enriquecimento e adequação do trabalho. Quando se edita uma *teaser*, por exemplo, o profissional de radialismo deve saber que está produzindo

A) um anúncio com depoimento de suposto consumidor.
B) uma pequena chamada de anúncio ou de notícia.
C) uma passagem do repórter para ilustração de sua matéria.
D) um anúncio de 2' para uma única veiculação na grade.
E) uma suíte de algum fato significativo a ser revisto.

QUESTÃO 29:

No filme *Ladrões de Bicicletas*, dirigido por Vittorio De Sicca, a cidade de Roma serviu de cenário para vários ambientes: o diretor optou por não fazer tomadas em estúdios. No Brasil, vários filmes também usaram cidades como seus cenários, evitando filmagens em estúdios.

Esse procedimento tem representado um enriquecimento para os nossos diretores de arte, que possuem a competência para

A) aprovar cenas externas e internas do roteiro.
B) determinar quem será o autor do roteiro.
C) executar a sonoplastia da edição.
D) operar as tomadas de câmera.
E) realizar as tomadas de câmera.

QUESTÃO 30:

O rádio e a televisão são subordinados a uma mesma legislação. Considerando as leis em vigor, são realizadas as seguintes afirmativas:

I. O radialista precisa de diploma para trabalhar.
II. A revogação da Lei de Imprensa (5.250/67) alterou a conduta dos comunicadores.
III. A progressão de cargos e salários não exige lei específica.

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **I.**
B) **II.**
C) **III.**
D) **I** e **II.**
E) **II** e **III.**

QUESTÃO 31:

Leia o texto:

O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária nasceu de uma ameaça ao setor: no final dos anos 70, o governo federal pensava em sancionar uma lei, criando uma espécie de censura prévia à propaganda. Se a lei fosse implantada, nenhum anúncio poderia ser veiculado sem que antes recebesse um carimbo "De Acordo" ou algo parecido.
A criação do departamento para controle da publicidade exigiria a contratação de algumas centenas de funcionários. As implicações burocráticas seriam inimagináveis, ainda assim desprezíveis diante do retrocesso que tal controle representaria para um país que reconquistava a duras penas seu direito à liberdade de expressão.
Diante dessa ameaça, uma resposta inspirada: autorregulamentação, sintetizada num Código, que teria a função de zelar pela liberdade de expressão comercial e defender os interesses das partes envolvidas no mercado publicitário, inclusive os do consumidor. A ideia brotou naturalmente a partir do modelo inglês e ganhou força pelas mãos de alguns dos maiores nomes da publicidade brasileira.

Uma breve história do Conar – www.conar.org.br

Com base no texto, é CORRETO afirmar que

A) a autorregulação possibilitou o controle completo da área pelos profissionais, possibilitando a total liberdade de ações.
B) com a criação desse código, não há no Brasil nenhum tipo de restrição quanto à veiculação de propagandas.
C) o Código garante a liberdade de regulação na área, mas exige a defesa de todas as partes envolvidas (publicitários, clientes e consumidores).
D) o Código surgiu em substituição a uma legislação restritiva de liberdade implantada durante o período de ditadura militar.
E) para regular o Código, foi criada a associação de classe denominada Conar, que atua na defesa de seus preceitos e regulamentos.

QUESTÃO 32:

O cinema entrou na televisão por meio do jornalismo. Eram os filmes de 16 mm utilizados nos noticiários. Com o desenvolvimento da tecnologia, o cinema passou a adotar métodos de roteirização, que vieram da TV. Assim, o profissional de hoje domina as duas linguagens – cinema e TV – na sua missão de criar produtos que sejam adequados às duas modalidades.

Considerando-se a elaboração do roteiro,

I. os campos de vídeo e áudio são definidos desde o início.
II. os diálogos utilizam nomes dos personagens.
III. a marcação de todos os planos é feita pelo diretor.
IV. o roteiro é elaborado paralelamente ao orçamento.

Estão CORRETAS somente as afirmativas

A) **I** e **II**.
B) **I** e **III**.
C) **I** e **IV**.
D) **III** e **IV**.
E) **II** e **III**.

QUESTÃO 33:

A radiodifusão educativa não possui fins lucrativos e objetiva a divulgação de programação educativa e cultural.

PORQUE

As finalidades educativo-culturais são priorizadas de forma exclusiva na avaliação para deferimento de renovação das concessões, permissões e autorizações.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 34:

Desde a descoberta do rádio, o som vem recebendo tratamentos diferenciados. Primeiro, veio a onda média (AM), e, pouco mais tarde, o som melhorou com o advento da frequência modulada (FM). Hoje, a moda é o rádio pela Internet, com adesão majoritária das universidades.

Uma rádio WEB universitária está autorizada a

A) fazer conexão com outros prefixos.
B) operar no padrão da rádio comunitária.
C) promover Guia Eleitoral.
D) transmitir A Voz do Brasil.
E) utilizar recursos do sistema MP-3.

QUESTÃO 35:

Leia a figura:

A caracterização mais adequada à ação desenvolvida nessa figura é

A) gravação de um fato jornalístico de grande repercussão.
B) filmagem cinematográfica em locação de estúdio.
C) gravação de um capítulo externo de telenovela.
D) cobertura e divulgação, em tempo real, de imagem e som.
E) produção de uma minissérie para televisão.

QUESTÃO 36:

As tecnologias vêm possibilitando a convergência de mídias, como vem ocorrendo no caso do rádio com a internet.
A esse respeito, leia as afirmativas a seguir:

I. O rádio na internet tem o contato por telefone substituído por *e-mails* de modo que as informações chegam de forma ágil e gratuita, podendo ser distribuídas entre todas as áreas, o que significa ganhos em termos de interatividade.

II. O rádio na internet vem superando todas as expectativas em termos de arrecadação publicitária, conquistando valores superiores às emissoras tradicionais devido ao crescente e considerável público que já possui na *web.*

III. O velho esquema de informação vertical dos rádios terá fim na internet, já que a participação fica restrita aos *e-mails,* e os veículos se caracterizam pela ativa participação unilateral dos agentes (repórteres e comunicadores).

É CORRETO somente o que se afirma em

A) **I.**
B) **II.**
C) **III.**
D) **I** e **II.**
E) **II** e **III.**

QUESTÃO 37:

Os veículos de comunicação selecionam seus produtores exigindo deles conhecimento de normas de Direito Autoral para o cumprimento da Lei 9.610/98 por parte dos programas transmitidos nos veículos brasileiros.

PORQUE

No entanto, estrangeiros domiciliados no exterior não possuem direito à proteção assegurada nos acordos, convenções e tratados em vigor no Brasil.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) as duas são falsas.
C) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA:

A associação comunitária de um bairro industrial obteve uma frequência comunitária. Convocou, então, os moradores, que, na programação, previram a transmissão de jogos de futebol do bairro e entrevistas com artistas que nele se apresentassem. Com o tempo, a rádio agregou potência que ultrapassou o raio de sua abrangência e também passou a veicular propaganda comercial de uma empresa estrangeira de grande porte. O Dentel agiu contra a rádio.

1. Apresente dois argumentos que fundamentam a ação do Dentel. (VALOR: 5 PONTOS)

2. Apresente duas atividades que essa rádio pode, legalmente, realizar em sua programação. (VALOR: 5 PONTOS)

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Um programa de TV que oferece sorteios e prêmios apresenta um índice de 30% da audiência do horário. Os produtores necessitam aumentar em 10% essa audiência para atender às expectativas da emissora.

Como atingir esse percentual exigido pelo planejamento da emissora?

Apresente duas estratégias para obter o resultado desejado.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

Uma emissora de TV realiza reportagens externas que apresentam baixa qualidade de som. Para entrar na era digital, o que essa emissora precisa fazer?

Apresente duas ações para que o padrão de qualidade de imagem e som dessa emissora se nivele aos concorrentes no mercado brasileiro.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

COMPONENTE ESPECÍFICO/ CINEMA

QUESTÃO 26:

O filme *Cidadão Kane* (1945), de Orson Welles, é considerado uma obra-prima do cinema moderno. Entre as muitas contribuições técnicas e estéticas para o desenvolvimento da linguagem cinematográfica, o campo em que esse filme mais inovou foi o de

A) profundidade de campo, planos, movimentos de câmera, *flash-backs*.
B) montagem de atrações e efeito *Koulechov.*
C) narrativa clássica e montagem linear.
D) efeitos especiais.
E) utilização dos planos sequenciais.

QUESTÃO 27:

Analise as assertivas a seguir, a respeito da História do Cinema:

I. No final da década de 50 e início dos anos 60, o cinema italiano volta-se para a investigação psicológica, buscando retratar uma sociedade em crise. Exemplos são Michelangelo Antonioni e Federico Fellini, que fazem reflexões morais sobre a condição humana.

II. Os integrantes da *Nouvelle vague* – críticos do *Cahiers du Cinéma* – propõem um cinema de autor, com alvo crítico nas produções comerciais francesas e propondo realizar obras de baixo custo, em que rejeitam as regras narrativas.

III. Na década de 60, nos EUA, destaca-se a Escola de Nova York e, no Reino Unido, o *free* cinema.

Considerando-se essas assertivas, é CORRETO afirmar que

A) somente **I** e **II** estão corretas.
B) todas estão corretas.
C) somente **I** e **III** estão corretas.
D) nenhuma está correta.
E) somente **II** e **III** estão corretas.

QUESTÃO 28:

No contexto da atualidade, em que a criação e a veiculação de mídias digitais se tornam práticas que extrapolam o universo profissional, observa-se a necessidade de atender a características impostas pelo avanço tecnológico, como síntese, imaginação, objetividade e coerência.

No campo da criação, é CORRETO afirmar que

A) a facilidade de acesso à informação é um entrave à criação.
B) a habilidade técnica não é suficiente para determinar a condição artística.
C) fazer música ou filmes passou a ser aplicação de recursos de *softwares*.
D) o maior acesso às mídias digitais vem levando a um declínio das produções para TV e cinema.
E) se desvincula da veiculação em casos de mídias para internet.

QUESTÃO 29:

Em cinema, o diretor de fotografia exerce um papel importante na construção da forma como a palavra do roteiro vai virar imagem no filme ou, propriamente, fotografia.

Nascido no século XX, conhecido como "o mago da luz", quem é esse importante diretor de fotografia?

A) Andrzej Sekula.
B) Chris Menges.
C) Eduardo Serra.
D) Vittorio Storaro.
E) John Toll.

QUESTÃO 30:

A respeito da direção de arte no Brasil, analise as assertivas a seguir:

I. Somente a partir da década de 1940 é que a maior parte dos trabalhos de direção de arte no cinema brasileiro começou a ser realizada por um profissional que não fosse o próprio diretor.
II. O diretor de arte é o grande responsável pela harmonia entre todos os elementos constituintes do roteiro quando da sua realização.
III. O diretor de arte pode se valer de seus conhecimentos de antropologia e sociologia para melhor desempenhar seu papel.

Considerando-se essas assertivas é CORRETO afirmar que

A) somente **I** e **II** estão corretas.
B) todas estão corretas.
C) somente **I** e **III** estão corretas.
D) nenhuma está correta.
E) somente **II** e **III** estão corretas.

QUESTÃO 31:

O diretor de um filme é responsável pelo resultado final de um conjunto de procedimentos e escolhas e tem a responsabilidade pelo resultado final do projeto e pelo sentido da obra, imprimindo sua marca no filme. Mas essa é uma visão europeia de direção, diferente da visão hollywoodiana, em que o diretor pode ser apenas mais um contratado da equipe. Como ficou conhecida essa proposta e defesa do diretor como criador da obra?

A) Cinema comercial.
B) Filme de encomenda.
C) Política dos autores ou filme de autor.
D) Filme independente.
E) Filme de produtor.

QUESTÃO 32:

A respeito da construção do roteiro, analise as afirmativas a seguir:

I. O argumento é a etapa final do roteiro, uma espécie de síntese do que se pretendeu com a narrativa, que dá base à construção das sinopses pelos distribuidores.
II. De grande auxílio à visualização das cenas descritas no roteiro, o *storyboard* constitui, hoje, elemento importante aos profissionais que assinam a realização do filme.
III. A decupagem ocorre após o roteiro pronto; é o momento de análise técnica do filme e de grande importância para o trabalho da produção.

É CORRETO o que se afirma em

A) **II.**
B) **III.**
C) **I** e **III.**
D) **II** e **III.**
E) **I** e **II.**

QUESTÃO 33:

Glauber Rocha problematizou a estética, a ética e a política cinematográficas diante dos temas como a pobreza, o sertão e a favela.

PORQUE

Segundo Glauber Rocha não existe pensamento revolucionário sem uma forma revolucionária.

Considerando-se essas proposições, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.
C) as duas são falsas.
D) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.

QUESTÃO 34:

É possível perceber nitidamente a evolução da tecnologia da imagem e a razão pela qual as diferentes resoluções apresentam qualidades também muito diferentes. Hoje, na passagem dos sistemas analógicos para os digitais, o cinema feito em película fica em desvantagem em muitos aspectos. Quais as vantagens do chamado "cinema digital" diante do processo de produção analógico?

A) Há ocorrência de uma evolução estética radical.
B) A qualidade da resolução das imagens digitais já supera a imagem analógica.
C) Ocorre uma aceleração dos processos digitais.
D) Propicia mais experimentações técnicas e estéticas.
E) Há barateamento dos custos, facilidades da edição digital e novos circuitos de exibição.

QUESTÃO 35:

Durante a filmagem de um documentário, o diretor e a equipe podem se confrontar com diferentes impasses éticos.

PORQUE

Segundo a legislação e ética profissional, não pode ser infringido o direito de imagem.

Considerando-se essas proposições, é CORRETO afirmar que

A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
C) as duas são falsas.
D) as duas são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.
E) as duas são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.

QUESTÃO 36:

O real assemelha-se ao possível; em troca, o atual em nada se assemelha ao virtual: *responde-lhe*.

Levy, Pierre. *O que é o Virtual?*. São Paulo, Editora 34, 1996.

No campo do ciberespaço, o virtual é uma nova modalidade de *ser*. O processo de virtualização é um processo de desterritorialização.

Com base nesses pensamentos, é correto afirmar que

A) a cibercultura demorará a modificar os meios de sociabilidade.
B) a emergência da cibercultura provoca uma mudança no imaginário humano.
C) a linearidade intrínseca à escrita acaba determinando os padrões de ocorrência do virtual.
D) a tecnologia não chega a afetar o registro da memória coletiva social.
E) subjetividade e tecnologia estão, nesse universo, desassociadas.

QUESTÃO 37:

O cinema, pós-mídias digitais, tem a possibilidade de se reinventar, com o surgimento de novas formas de produção, de exibição e de consumo dos produtos audiovisuais.

Assinale o acontecimento mais importante para essa transformação estrutural do cinema na sua forma clássica.

A) a mudança de hábito dos espectadores
B) as leis de incentivo ao cinema digital
C) a passagem do formato analógico para o digital e o surgimento da internet
D) o barateamento dos equipamentos de filmagem
E) os novos formatos de câmeras digitais

QUESTÃO 38 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

A passagem da tecnologia analógica para a digital trouxe mudanças estruturais no campo do cinema e audiovisual. Podemos falar de um cinema pós-mídias digitais, com características próprias. Quais as principais transformações técnicas, estéticas, mercadológicas que surgem com as tecnologias de captação de imagens digitais e as novas formas de acesso à produção audiovisual? Dê exemplos e/ou faça breve análise de caso.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 39 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

A produção do sentido no cinema e na produção audiovisual depende de uma série de elementos de linguagem, de técnicas específicas, aspectos históricos. Com base nessa afirmação, como realizar uma análise fílmica, análise de um vídeo ou outra produção audiovisual? Quais os aspectos e elementos de linguagem, técnicos e outros considerados relevantes na análise?

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTÃO 40 – DISCURSIVA: **(VALOR: 10 PONTOS)**

O Cinema Novo brasileiro foi um movimento que inovou em termos de temas, personagens, propostas políticas. O que propunha e o que caracterizou o movimento do Cinema Novo brasileiro? Relacione as propostas estéticas desse movimento com o pensamento político. Quais dessas questões e propostas reencontramos no cinema brasileiro contemporâneo?

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO SOBRE A PROVA

As questões abaixo visam a levantar sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar.

Assinale as alternativas correspondentes à sua opinião nos espaços próprios (à direita) da Folha de Respostas.

Agradecemos sua colaboração.

QUESTÃO 01:

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação geral?

A) Muito fácil.
B) Fácil.
C) Médio.
D) Difícil.
E) Muito difícil.

QUESTÃO 02:

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação específica?

A) Muito fácil.
B) Fácil.
C) Médio.
D) Difícil.
E) Muito difícil.

QUESTÃO 03:

Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi

A) muito longa.
B) longa.
C) adequada.
D) curta.
E) muito curta.

QUESTÃO 04:

Os enunciados das questões da prova, na parte de Formação Geral, estavam claros e objetivos?

A) Sim, todos.
B) Sim, a maioria.
C) Apenas cerca da metade.
D) Poucos.
E) Não, nenhum.

QUESTÃO 05:

Os enunciados das questões da prova na parte de formação específica estavam claros e objetivos?

A) Sim, todos.
B) Sim, a maioria.
C) Apenas cerca da metade.
D) Poucos.
E) Não, nenhum.

QUESTÃO 06:

As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?

A) Sim, até excessivas.
B) Sim, em todas elas.
C) Sim, na maioria delas.
D) Sim, somente em algumas.
E) Não, em nenhuma delas.

QUESTÃO 07:

Você se deparou com alguma dificuldade ao responder a prova?

A) Desconhecimento do conteúdo.
B) Forma diferente de abordagem do conteúdo.
C) Espaço insuficiente para responder às questões.
D) Falta de motivação para fazer a prova.
E) Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.

QUESTÃO 08:

Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que

A) não estudou ainda a maioria desses conteúdos.
B) estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.
C) estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.
D) estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.
E) estudou e aprendeu todos esses conteúdos.

QUESTÃO 09:

Qual foi o tempo gasto para concluir a prova?

A) Menos de uma hora.
B) Entre uma e duas horas.
C) Entre duas e três horas.
D) Entre três e quatro horas.
E) Quatro horas e não consegui terminar.