

CONCURSO PÚBLICO

**26. PROVA OBJETIVA**

ANALISTA DE COMUNICAÇÃO

INSTRUÇÕES

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 50 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ PREENCHA COM SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO OS ESPAÇOS RESERVADOS NA CAPA DESTE CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, QUE SE ENCONTRA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DO PRÉDIO SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA OBJETIVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

AGUARDE A ORDEM DO FISCAL PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES.

Nome do candidato \_\_\_\_\_

Número de inscrição \_\_\_\_\_

## FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS

QUESTÃO	RESPOSTA
01	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
02	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
03	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
04	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
05	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

06	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
07	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
08	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
09	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
10	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

11	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
12	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
13	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
14	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
15	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

16	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
17	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
18	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
19	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
20	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

21	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
22	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
23	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
24	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
25	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

QUESTÃO	RESPOSTA
26	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
27	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
28	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
29	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
30	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

31	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
32	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
33	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
34	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
35	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

36	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
37	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
38	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
39	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
40	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

41	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
42	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
43	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
44	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
45	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

46	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
47	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
48	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
49	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D
50	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D

Leia o texto para responder às questões de números **01** a **10**.

Paradoxalmente, rádio e televisão podem oferecer-nos o mundo inteiro em um instante, mas o fazem de tal maneira que o mundo real desaparece, restando apenas retalhos fragmentados de uma realidade desprovida de raiz no espaço e no tempo. Como, pela atopia das imagens, desconhecemos as determinações econômico-territoriais (geográficas, geopolíticas etc.) e como, pela acronia das imagens, ignoramos os antecedentes temporais e as consequências dos fatos noticiados, não podemos compreender seu verdadeiro significado. Essa situação se agrava com a TV a cabo, com emissoras dedicadas exclusivamente a notícias, durante 24 horas, colocando em um mesmo espaço e em um mesmo tempo (ou seja, na tela) informações de procedência, conteúdo e significado completamente diferentes, mas que se tornam homogêneas pelo modo de sua transmissão. O paradoxo está em que há uma verdadeira saturação de informação, mas, ao fim, nada sabemos, depois de termos tido a ilusão de que fomos informados sobre tudo.

Se não dispomos de recursos que nos permitam avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, somos persuadidos de que efetivamente vemos o mundo quando vemos a TV. Entretanto, como o que vemos são as imagens escolhidas, selecionadas, editadas, comentadas e interpretadas pelo transmissor das notícias, então é preciso reconhecer que a TV é o mundo. É este o significado profundo da atopia e da acronia, *ou* da ausência de referenciais concretos de lugar e tempo – *ou seja*, das condições materiais, econômicas, sociais, políticas, históricas dos acontecimentos. *Em outras palavras*, essa ausência não é uma falha ou um defeito dos noticiários e sim um procedimento deliberado de controle social, político e cultural.

(Marilena Chauí, *Simulacro e poder* – uma análise da mídia. 2006)

**01.** É correto afirmar que, do ponto de vista da autora, a TV

- (A) representa uma ameaça à sociedade, pois traz para os telespectadores informações que carecem de veracidade e comprovação.
- (B) falseia a realidade, apresentando-a ao público como se este estivesse presenciando os fatos.
- (C) manipula as informações, expondo a realidade fragmentada, o que constitui uma forma de exercer controle sobre a sociedade.
- (D) tem o condão de alienar a sociedade, graças à seleção deliberada de assuntos que afastam o cidadão das causas sociais.
- (E) não contribui com o processo de construção de conhecimento, tampouco o prejudica, pois ocupa-se com os fatos de diferentes lugares e épocas.

**02.** Segundo o texto, a homogeneização da informação consiste em

- (A) apresentar de forma não diferenciada fatos de natureza e essência distintas.
- (B) fazer crer que não há fatos diferentes ao longo das 24 horas de transmissão.
- (C) falsear a realidade, expondo fatos sem identificação de fonte.
- (D) mistificar a realidade, deixando-a irreconhecível para o público.
- (E) padronizar valores sociais, de acordo com um paradigma preestabelecido.

**03.** Observe as expressões destacadas no trecho final do texto (*ou, ou seja, em outras palavras*). É correto afirmar que

- (A) as duas primeiras expressões servem para introduzir ideias que se contrapõem, pelo sentido.
- (B) a primeira delas relaciona ideias que se excluem; a segunda e a terceira, ideias que se alternam.
- (C) as três expressões introduzem ideias que explicam e ampliam o significado de outras que as precedem no contexto.
- (D) a última expressão resume o sentido das anteriores, servindo como síntese das oposições que marcam as ideias desse trecho.
- (E) as duas últimas expressões são sinônimas e introduzem ideias análogas, fazendo apologia dos conteúdos veiculados na TV.

**04.** Assinale a alternativa em que o verbo *fazer* está empregado com a mesma função, de verbo substituto, que tem na frase – *rádio e televisão podem oferecer-nos o mundo inteiro em um instante, mas o fazem de tal maneira que o mundo real desaparece*.

- (A) Elas aceitam encomendas de doces e os fazem cada dia melhores.
- (B) Especializado em personagens trágicos, ele os faz com perfeição.
- (C) Viu o carro à noite, o que o fez crer que estava em bom estado.
- (D) A empresa precisa investir em novos equipamentos, pois não o faz há tempos.
- (E) Investiram em tecnologia de ponta, e isso os fez os melhores do mercado.

**05.** Assinale a alternativa contendo as palavras que se associam, pelo significado, respectivamente, com – raiz, atopia e acronia.

- (A) Radical; topônimo; intemporal.
- (B) Original; atípico; distância.
- (C) Fundamento; átona; acrítico.
- (D) Vegetal; distonia; diacronia.
- (E) Básico; topógrafo; acre.

06. Observe o seguinte trecho:

*Como, pela atopia das imagens, desconhecemos as determinações econômico-territoriais (geográficas, geopolíticas etc.) e como, pela acronia das imagens, ignoramos os antecedentes temporais e as consequências dos fatos noticiados, não podemos compreender seu verdadeiro significado.*

Considere as seguintes afirmações acerca desse trecho.

- I. As frases iniciadas pela palavra *como* introduzem, no contexto, comparações.
- II. As frases – *pela atopia das imagens e pela acronia das imagens* – introduzem, no contexto, informação de causa.
- III. A frase final – *não podemos compreender seu verdadeiro significado* – tem o sentido de consequência.
- IV. Redigida na voz passiva, a frase final será – *não se pode compreender seu verdadeiro significado*.

São corretas as afirmações

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

07. Assinale a alternativa que preenche, respectivamente, as lacunas, em consonância com a norma culta.

O paradoxo está em que \_\_\_\_\_, mas, ao fim, \_\_\_\_\_, depois \_\_\_\_\_ a ilusão de que fomos informados sobre tudo.

- (A) saturam-se as informações ... não sabe-se nada ... de ter-se tido
- (B) deve haver informações saturadas ... não se sabe nada ... que tivemos
- (C) pode existir informações saturadas ... nada sabe-se ... de tida
- (D) se satura as informações ... de nada se sabe ... que teve-se
- (E) existe informações saturadas ... nada se sabe ... de se ter tido

08. Assinale a alternativa que apresenta pontuação e emprego de pronomes de acordo com a norma culta.

- (A) A realidade e a veracidade das imagens estão a nossa disposição, para que possamos lhes avaliar.
- (B) Comumente, as emissoras que se dedicam a notícias colocam-nas no ar, sem averiguar sua procedência.
- (C) Rádio e televisão pesquisam o mundo inteiro; e podem nos oferecer ele em um instante.
- (D) São imagens escolhidas, às quais nós as vemos pela TV.
- (E) Existe uma ausência, cuja, em outras palavras não é: falha ou defeito dos noticiários.

Para responder às questões de números 09 e 10, considere a seguinte passagem:

Se não (I) *dispomos de recursos* que nos permitam (II) *avaliar a realidade e a veracidade* das imagens transmitidas, somos (III) *persuadidos de* que efetivamente vemos o mundo (IV) quando *vemos a TV*.

09. Assinale a alternativa que substitui os trechos destacados, obedecendo à norma culta de regência e de crase.

- (A) (I) contamos; (II) chegar na realidade e à veracidade; (III) levados à crer; (IV) assistimos a TV.
- (B) (I) contamos com; (II) chegar a realidade e a veracidade; (III) levados à crer; (IV) assistimos na TV.
- (C) (I) contamos; (II) chegar na realidade e na veracidade; (III) levados a crer; (IV) assistimos pela TV.
- (D) (I) contamos com; (II) chegar à realidade e a veracidade; (III) levados à crer; (IV) assistimos a TV.
- (E) (I) contamos com; (II) chegar à realidade e à veracidade; (III) levados a crer; (IV) assistimos à TV.

10. A alternativa que, reescrevendo esse trecho, apresenta-se de acordo com a norma culta é:

- (A) Se caso não dispormos de recursos que nos permitam avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, seríamos persuadidos de que vemos o mundo quando vemos a TV.
- (B) Caso não dispormos de recursos que nos permitem avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, somos persuadidos de que vemos o mundo quando vemos a TV.
- (C) Caso não dispusermos de recursos que nos permitam avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, somos persuadidos de que vemos o mundo quando vemos a TV.
- (D) Se caso não dispúnhamos de recursos que nos permitissem avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, somos persuadidos de que vemos o mundo quando vemos a TV.
- (E) Caso não disponhamos de recursos que nos permitam avaliar a realidade e a veracidade das imagens transmitidas, seremos persuadidos de que vemos o mundo quando vemos a TV.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

11. O advogado Diamantino Silva Filho, comentando a censura ao jornal *O Estado de S. Paulo*, afirma que “há disposição legal suficiente para punir a imprensa, quando ela cometer desvios, faltas e excessos ou desrespeito a direitos individuais e coletivos. Há o caminho da ação por crime contra a honra... E tem a ação de indenização”.

Por crimes contra a honra, Silva Filho refere-se a

- (A) roubo, furto e injúria.
- (B) difamação, injúria e roubo.
- (C) calúnia, furto e roubo.
- (D) calúnia, difamação e furto.
- (E) injúria, difamação e calúnia.

12. Existem sistemas que classificam as cores em Artes Gráficas para permitir que os profissionais possam criar uma comunicação que facilite o entendimento da técnica de uso dessas cores nos produtos gráficos. O modelo de referência de cor conhecido por HSB

- (A) define as cores em função da matiz, da saturação e do brilho.
- (B) aponta como cores primárias o vermelho, o azul e o verde.
- (C) concebe as cores primárias como sendo o cyan, o magenta e o amarelo.
- (D) faz a catalogação das cores por meio de guias impressas.
- (E) faz a classificação das cores a partir da reflexão da luz do sol nos objetos.

13. O plano de comunicação que tem entre outras a incumbência de gerenciar a reputação da imagem da empresa; cuidar da propaganda e das ações da empresa que beneficiem a sociedade; administrar as relações com a mídia; prover a comunicação do marketing empresarial; manter em alto nível a comunicação interna, com o governo e com os investidores; elaborar e administrar projetos de responsabilidade social e fazer o gerenciamento das crises pertence ao campo

- (A) do *marketing* institucional.
- (B) da administração da marca.
- (C) da comunicação integrada.
- (D) das relações públicas empresariais.
- (E) do jornalismo empresarial.

14. A coluna “Regra 10”, assinada por Eduardo Vieira da Costa, publicou em 09.11.2007 a seguinte nota:

“O Boca Junior (sem o “esse” mesmo), campeão da segunda divisão do Campeonato Sergipano, virou sensação. O que mais me chamou a atenção foi o patrocínio de camisa do time: Mulheres Perdidas. Perdeu um pouco a graça quando descobri que trata-se de uma banda. E o River Plate, que também disputou a segunda divisão do Sergipano, fez valer a rivalidade e colocou em sua camisa patrocinador à altura: Calcinha Preta. Também uma banda. Clique aqui para ver as camisas. Outro grande atrativo do Boca Junior é a foto do filho do presidente do clube no site oficial. O nome do menino? Rikelme.”

No meio jornalístico, matérias como essa são conhecidas por

- (A) matéria de perfil.
- (B) *fait-divers*.
- (C) rumor.
- (D) *drops*.
- (E) tropos.

15. Os *slogans* “Pense forte, pense Ford” e “A alma é ótima” usam recursos literários similares para chamar a atenção dos consumidores e criar um recurso sonoro para que as frases sejam por eles memorizadas. A figura de linguagem utilizada nos citados *slogans* é o(a)

- (A) assonância.
- (B) anáfora.
- (C) polissíndeto.
- (D) sílepe.
- (E) aliteração.

16. O *site* da Editora Novitas veicula o seguinte texto: “... a impressão é feita de forma indireta, o cilindro onde a matriz foi montada é mantido úmido por cilindros umidificadores. A tinta também é transferida para este cilindro. Como ela é de base gordurosa se concentra nas áreas lipófilas e é, ao mesmo tempo, repelida pela água que se concentrou nas áreas hidrófilas do cilindro.”

Essa descrição corresponde à impressão

- (A) em linoleogravura.
- (B) *offset*.
- (C) serigráfica.
- (D) calcográfica.
- (E) tipográfica.

17. No dia 10 de outubro deste ano o jornal *O Estado de S.Paulo* publicava o seguinte título:

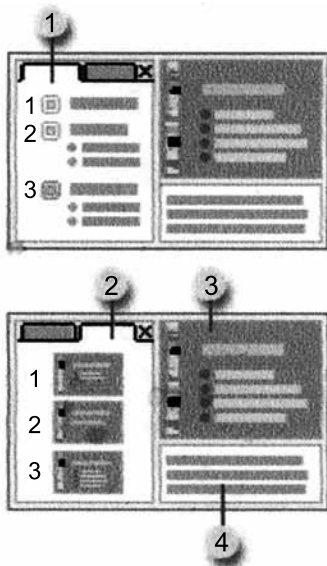
“Argentina joga sua história em cinco dias”. A figura de linguagem usada nesse título é o(a)

- (A) prosopopeia.
- (B) eufemismo.
- (C) catacrese.
- (D) hipérbole.
- (E) silepse.

18. A Agência Brasil, pertencente ao governo federal, apresenta em suas páginas os seus princípios de comunicação pública. Assinale a opção que, conforme os valores defendidos pela citada agência, só tem princípios característicos da comunicação pública.

- (A) laica, sem finalidade comercial, apartidária, plural, promotora dos direitos humanos e sociais.
- (B) católica, sem finalidade comercial, apartidária, plural, promotora dos direitos humanos e sociais.
- (C) evangélica, pode veicular propaganda de empresas estatais, plural, apartidária e promotora dos direitos políticos nacionais.
- (D) laica, pode veicular publicidade de empresas estatais, singular em relação à sociedade, instrumento político do partido majoritário e promotora de direitos das minorias.
- (E) católica, pode veicular publicidade de empresas estatais, plural, instrumento político do partido majoritário e promotora de direitos das minorias.

19. Considere a figura a seguir.



Se na figura os algarismos identificadores correspondem respectivamente a: guia estrutura de tópicos; guia *slides*; painel de *slides* e painel de anotações, conclui-se que essa ilustração corresponde ao programa

- (A) *CorelDraw*.
- (B) *Photoshop*.
- (C) *InDesign*.
- (D) *PowerPoint*.
- (E) *Fireworks*.

20. Foi encomendada uma fotografia de um dos prédios da CESP para uma peça publicitária. Para eliminar brilhos e reflexos indesejáveis, como as imagens refletidas nas vidraças do edifício, o fotógrafo deverá usar filtro

- (A) de densidade neutra.
- (B) infravermelho.
- (C) polarizador.
- (D) de conversão.
- (E) transparente.

21. Está se consolidando uma nova área da administração que tem como característica principal fazer a adaptação de estratégias e elementos do *marketing* tradicional, normalmente utilizado pelas empresas para abordagens ao mercado, às situações internas das corporações que visem à ligação entre o cliente o produto e o empregado. Essa nova área é conhecida por

- (A) Geomarketing.
- (B) *Marketing* de relacionamento.
- (C) *Marketing* institucional.
- (D) *Marketing* pessoal.
- (E) Endomarketing.

22. ”You **fade in-out**

You **fade in-out**

Without a doubt

I don't see no shine

Today is just a daydream

Tomorrow we'll be castaway”

Esse trecho é de uma letra de Noel Gallagher para uma música interpretada pelo grupo Oasis que fala de uma operação de imagem em televisão (termo em negrito) que consiste

- (A) na exibição de uma cena ou imagem com velocidade mais rápida que a original.
- (B) no aparecimento gradual de uma imagem a partir da tela escura ou clara.
- (C) no efeito digital da passagem de planos semelhante à virada de uma página.
- (D) no efeito digital em que o plano posterior empurra o anterior para fora do quadro.
- (E) na expansão ou compressão da imagem visível na tela por meio de um efeito digital.

23. Em relação ao papel, é correto afirmar que

- (A) a gramatura é o peso em gramas de um metro quadrado.
- (B) o papel de imprensa é fabricado principalmente de pasta química.
- (C) o papel *couché* gessado é pouco brilhante e bom para a leitura.
- (D) o papel *kraft* é usado para a impressão de livros didáticos e goza de subsídio governamental.
- (E) a opacidade define a capacidade de reflexão da luz em comparação com o óxido de magnésio.

24. Art. 7.º – “O jornalista não pode – inciso IV – expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais”.

Esse preceito está contido no(a)

- (A) Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.
- (B) Constituição da República Federativa do Brasil.
- (C) Declaração Universal dos Direitos do Homem.
- (D) Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).
- (E) Código de Ética do Jornais Brasileiros.

25. Um painel de *outdoor* pode ser coberto por

- (A) 32 folhas de 112 cm X 76 cm ou 24 folhas de 66 cm X 96 cm.
- (B) 16 folhas de 224 cm X 152 cm ou 32 folhas de 66 cm X 96 cm.
- (C) 32 folhas de 112 cm X 76 cm ou 16 folhas de 224 cm X 152 cm.
- (D) 24 folhas de 66 cm X 96 cm ou 32 folhas de 224 cm X 152 cm.
- (E) 24 folhas de 224 cm X 152 cm ou 32 folhas de 112 cm X 76 cm.

26. Bondinho 24 (18.09.2009) : “A Volkswagen da Argentina divulgou nesta sexta-feira, 18 de setembro, mais um \_\_\_\_\_ da Amarok, picape média da montadora que chega ao Brasil em 2010. O utilitário será fabricado na planta da fabricante alemã, em Pacheco, até o final de 2009. A picape terá um desenho quase igual ao da Pick Up Concept, apresentada em um evento de Hannover (Alemanha) e, posteriormente, no Salão do Automóvel de 2008.”

Bondinho 24 (25.09.2009): “A Volkswagen da Argentina divulgou nesta sexta-feira, 25 de setembro, mais um \_\_\_\_\_ da Amarok, primeira picape média da marca que chega ao Brasil no início de 2010. Desta vez, a montadora revelou a porta dianteira e o capô, seguindo com a estratégia de mostrar as peças do utilitário pouco a pouco.”

A técnica usada pela agência de propaganda de mostrar o produto aos poucos para despertar a atenção do público-alvo chama-se

- (A) anúncio de sustentação
- (B) *teaser*
- (C) *prospect*
- (D) *job* de produto
- (E) informe publicitário

27. “Nome da marca, representado graficamente pela escolha ou desenho de uma tipografia específica. É um dos elementos gráficos de composição de uma marca, algumas vezes é o único, tornando-se a principal representação gráfica da mesma.

A marca Sony utiliza apenas o nome da empresa representado graficamente sem utilizar outro elemento gráfico adicional”

(Adaptado de <http://64.233.163/>)

Esse é o conceito de

- (A) símbolo.
- (B) logomarca.
- (C) nome fantasia.
- (D) logotipo.
- (E) brasão.

28. O evento destinado exclusivamente a pessoas que dominem o assunto a ser tratado e que dá aos participantes a liberdade de debater suas posições tendo um mediador para garantir a participação de todos os integrantes do evento, direcionando-os na busca de um consenso e no resgate de opiniões importantes chama-se

- (A) convenção.
- (B) congresso.
- (C) reunião dialogal.
- (D) jornada.
- (E) fórum.

29. “Rio de Janeiro, 21 de setembro de 2009 – A Vale S.A. (Vale) informa que concluiu hoje o acordo com a ThyssenKrupp Steel AG (ThyssenKrupp) para aumentar sua participação na ThyssenKrupp CSA Siderúrgica do Atlântico Ltda. (CSA) dos atuais 10% para 26,87% através de aporte de capital de EUR\$ 965 milhões.”

As características desse texto asseguram que se trata de

- (A) artigo.
- (B) ensaio.
- (C) comentário.
- (D) *press kit*.
- (E) *press release*.

30. Um analista de comunicação, ao ouvir a gravação de um discurso do presidente da Companhia, sugeriu que se fizesse a masterização, sem interferir no conteúdo, para gerar uma matriz cujas cópias seriam distribuídas aos acionistas. O trabalho de masterização consistirá em

- (A) acrescentar uma música de fundo.
- (B) editar o discurso retirando as falas com erros de português.
- (C) apurar e corrigir deficiências sonoras e outros problemas visando à cópiagem.
- (D) acrescentar um período não pronunciado durante o discurso.
- (E) retirar algumas vaías de grevistas.

31. Um livro cujo miolo tem 100 páginas será impresso usando-se papel no formato da série “66 X 96”. Sabendo-se que a tiragem será de 800 exemplares, o formato sem refile será 16 X 22 e que a resma de papel no formato indicado custa R\$ 320,00, pode-se afirmar que o custo do papel para o miolo, sem a quebra, será de, aproximadamente,

- (A) R\$ 2.845,00.
- (B) R\$ 4.275,00.
- (C) R\$ 710,00.
- (D) R\$ 1.420,00.
- (E) R\$ 2.130,00.

32. De acordo com a Lei n.º 9.609, de 19 de fevereiro de 1998, a tutela dos direitos relativos a programa de computador será contada a partir de 1.º de janeiro do ano subsequente ao da sua publicação ou, na ausência desta, da sua criação, por um período de

- (A) 50 anos.
- (B) 40 anos.
- (C) 30 anos.
- (D) 20 anos.
- (E) 10 anos.

33. “O \_\_\_\_\_ não deveria ser usado para segmentar matérias lineares longas em múltiplas páginas: ter que abrir vários segmentos retarda a leitura e torna a impressão mais difícil. A estrutura apropriada de \_\_\_\_\_ não é um simples fluxo de “continua na página 2”: ao invés disso, divide a informação em pedaços coerentes, de forma que cada um se concentre em um determinado tópico ou assunto. O princípio base deve ser o de permitir aos leitores selecionar os assuntos que lhes interessam e só abrir aquelas páginas. Em outras palavras, a estrutura de \_\_\_\_\_ deveria ser baseada numa análise de audiência”.

A palavra que completa essa declaração de Jakob Nielsen (“Be Succint! – Writing for the Web”), de 1997, é

- (A) *template*
- (B) *hypertext*
- (C) *bandwidth*
- (D) *banner*
- (E) *grabber*

34.

<b>CESP</b>				PÁGINA <b>01</b>
DATA	EDITOR	COORD.	ASSUNTO	TEMPO

NÃO CORTAR PALAVRAS DE UMA LINHA PARA OUTRA / TERMINAR A LAUDA SEMPRE COM PONTO FINAL

No preenchimento da lauda para uma “nota pelada”,

- (A) o retângulo esquerdo deve conter a informação do VT.
- (B) antes do texto no retângulo direito deve vir o nome do repórter.
- (C) o texto da nota deve vir no retângulo esquerdo.
- (D) a fala do repórter deve ser reproduzida no retângulo esquerdo.
- (E) a lauda deverá ter somente o texto da nota escrito no retângulo direito.

35. A palavra ou expressão curta colocada acima do título, usada para indicar o assunto de que trata o texto ou os textos que vêm abaixo dela, é chamada no meio jornalístico de

- (A) bigode.
- (B) chamada.
- (C) chapéu.
- (D) cabeça.
- (E) linha fina.



36. Assinale o texto que tem as características de um nariz-de-cera.
- (A) “PESHAWAR – A explosão de um carro-bomba que tinha como alvo tropas paquistanesas matou 41 pessoas hoje, no quarto grande ataque de militante em apenas uma semana. O Taleban afirmou que mobilizará mais combatentes pelo país a fim de realizar novas ações.”  
(O Estado de S.Paulo)
- (B) “Intelectuais, de maneira geral, são chatos, pretensiosos, donos da verdade e, sobretudo, arrogantes. Na qualidade de ardorosos defensores da teoria da conspiração, costumam identificar nos porta-vozes das manifestações populares indícios claros de manipulação da opinião pública. Enquanto o povão se desarvora em explosões dionisíacas de puro júbilo, acomodam-se na visão apocalíptica que ameaça qualquer excesso com o castigo do fogo do inferno.”  
(Observatório da Imprensa)
- (C) “Os economistas americanos Elinor Ostrom e Oliver Williamson ganharam nesta segunda-feira o Prêmio Nobel de Economia. Ostrom é também a primeira mulher a receber o prêmio de Economia desde sua instituição, em 1968.”  
(Folha de S.Paulo)
- (D) “A primeira missa realizada nesta segunda-feira (12) em Aparecida, a 180 km de São Paulo, para a comemoração do dia da padroeira do Brasil reuniu 35 mil fiéis ainda durante a madrugada. A expectativa é de que 137 mil pessoas visitem o local nesta segunda.”  
(G1)
- (E) “Felipe Massa guiou, nesta segunda-feira, pela primeira vez o carro da Ferrari após o grave acidente sofrido no dia 25 de julho, durante o treino classificatório para o GP da Hungria de Fórmula 1. O brasileiro deu algumas voltas com o carro da escuderia na pista de Fiorano, em Maranello, perto de Modena, na Itália.”  
(Portal Terra)
37. Assinale o inciso que **não** está de acordo com o Art. 2.º do Código de Ética do Jornalista:
- (A) a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas.
- (B) a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público.
- (C) a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão.
- (D) a prestação de informações pelas organizações privadas, incluindo as não-governamentais, deve ser considerada uma obrigação social.
- (E) a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.
38. “BRASÍLIA - O Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou, em julgamento encerrado no início da noite desta quinta-feira, 30, uma das últimas legislações do tempo da ditadura que continuavam em vigor. Num julgamento histórico, 7 dos 11 ministros do STF decidiram tornar sem efeitos a totalidade da lei ao concluírem que ela, que foi editada em 1967, era incompatível com a democracia e com a atual Constituição Federal. Eles consideraram que ela era inconstitucional.”  
(O Estado de S.Paulo, 30.04.2009. Adaptado).
- Essa matéria refere-se à(ao)
- (A) Lei de Imprensa.
- (B) Lei de Segurança Nacional.
- (C) Decreto Lei da Regulamentação da Profissão de Jornalista.
- (D) Decreto Lei de Regulamentação da Profissão de Relações Públicas.
- (E) Lei do Direito Autoral da Obra Literária.
39. Em relação ao Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, é correto afirmar que
- (A) o plágio ou imitação de peça estrangeira não é prática condenada e vedada ao profissional.
- (B) os veículos devem faturar sempre em nome da agência, enviando as contas aos anunciantes que a contrataram.
- (C) a comissão percebida pelo corretor não é, necessariamente, a mesma concedida às agências que dão “delcredere” efetivo e fazem as cobranças das contas dos veículos dos anunciantes.
- (D) é imoral deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas. A menção à fonte de origem dos dados, entretanto, não é obrigatória.
- (E) não é proibido ao profissional de propaganda contratado por uma agência prestar colaboração a outra de forma esporádica.
40. “O GLOBO se tornou a primeira, e até agora a única, publicação da América do Sul a aderir ao Kindle”.  
(O Globo 08.10.2009)
- Kindle é
- (A) a mais nova agência de notícias a atuar na América Latina.
- (B) um novo programa de TI que agiliza a composição de jornais.
- (C) uma associação internacional de jornais.
- (D) um leitor de *e-books* criado pela Amazon.
- (E) o nome de um satélite compartilhado por vários jornais do mundo.

41. “Editores de revistas que argumentam em favor das letras sem serifa dizem que elas são mais atrativas, limpas e simples. Eles afirmam que as dificuldades irão passar com o tempo. As pessoas vão crescer convivendo com isso, e logo se tornarão compreensivas com tudo e com o tempo passarão a amá-las. Isso é nonsense. É análogo a dizer para em vez de alimentar suas crianças com mingau, alimentá-las com serragem. Elas se acostumarão com o tempo e passarão a amá-las”. O pesquisador Collin Weildon (*Communication or just making pretty shapes*), com essa declaração, faz a defesa dos tipos com serifa, como o
- (A) arial.
  - (B) tahoma.
  - (C) lapidário.
  - (D) fantasia.
  - (E) romanos.
42. A Presidência da República regulamentou a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5.º da Constituição Federal por meio da Lei n.º 11.111, de 5 de maio de 2005.
- O dispositivo constitucional citado trata
- (A) da livre manifestação do pensamento.
  - (B) do anonimato em matérias jornalísticas.
  - (C) da livre expressão da atividade intelectual.
  - (D) do direito de receber informações dos órgãos públicos.
  - (E) da proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem.
43. Uma das técnicas mais utilizadas na televisão permite, por exemplo, que se grave um ator em um cenário monocromático (geralmente azul) e as informações sobre a cor do fundo sejam substituídas por outras imagens. Essa técnica chama-se
- (A) *Chromakey*.
  - (B) *Flicker*.
  - (C) *Lettering*.
  - (D) Posterização.
  - (E) *Downcover*.
44. “O governo queria, com a EBC (Empresa Brasil de Comunicação, administradora da TV Brasil), criar uma grande rede pública nacional. Após a saída de três diretores vinculados ao Ministério da Cultura, o controle ficou nas mãos da Secretaria de Comunicação. A TV que se queria pública é antes de mais nada um cabide de empregos ... Os vícios de origem e o retumbante fracasso de audiência recomendam que a TV seja fechada – antes que se desperdice mais dinheiro do contribuinte”.
- (trechos de texto publicado na *Folha de S.Paulo* em 31.07.2009).
- Esse texto não está assinado e suas características redacionais são de um(a)
- (A) artigo.
  - (B) crítica.
  - (C) editorial.
  - (D) crônica.
  - (E) informação.
45. Os jornalistas condenam o “inside information”, isto é, entendem que
- (A) as informações internas da empresa jornalística devem ser veiculadas quando forem contrárias ao interesse público.
  - (B) é inadmissível que o jornalista use uma informação interna sigilosa a que teve acesso para receber vantagens.
  - (C) o pedido de sigilo feito por uma fonte só se justifica se a informação não for contrária aos interesses da sociedade.
  - (D) a compra de informações deve ser evitada, mesmo que ela signifique um furo para o periódico.
  - (E) o editor não poderá exigir que o repórter construa uma matéria com base somente em informações captadas na internet.
46. LULA ESTÁ MAL INFORMADO SOBRE MST
- “O líder do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra) João Pedro Stedile afirmou que o movimento não perdeu o foco, que condena todo o tipo de “vandalismo” e que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva está “mal informado” por ter classificado de “vandalismo” a ação do movimento numa área de plantação de laranja no interior de São Paulo, informa reportagem de Eduardo Scolese, publicada nesta segunda-feira pela Folha.”
- (*Folha de S.Paulo*, 12.09.2009. Adaptado)
- O título dessa matéria não está correto porque
- (A) tem adjetivo.
  - (B) falta verbo.
  - (C) tem encampação.
  - (D) falta nexos com o *lead*.
  - (E) tem muleta.
47. Um jornalista experiente conta que certo dia, Gustavo Kuerten jogava partida decisiva do campeonato Master Series e grande parte da internet estava cobrindo o jogo online. Guga estava perdendo e na ansiedade de dar a notícia primeiro, muitos jornalistas redigiam dois finais para o tenista. Num ele ganhava e logicamente, noutro ele perdia. Guga reverteu o placar com sua genialidade e ganhou o campeonato. Daí, foi preciso somente colocar na rede o texto em que ele ganhava. Mas, o repórter de um determinado portal enviou o texto em que Kuerten perdia. Selecionou o texto errado. Minutos depois, a notícia correta foi sobreposta. Mas para o internauta que só viu a notícia da derrota, Guga saiu derrotado.
- Episódios como esse são conhecidos no jornalismo por
- (A) furo.
  - (B) mico.
  - (C) cabeçada.
  - (D) chute.
  - (E) barriga.

48. A participação relativa (percentual) de mercado de uma empresa em relação à totalidade ou a um segmento desse mercado é chamada de

- (A) *target group*.
- (B) *share-of-mind*.
- (C) *share-of-voice*.
- (D) *top-of-mind*.
- (E) *share-of-market*.

49. Um dos critérios de escolha de uma notícia em relação às demais informações que podem ser veiculadas no espaço gráfico é a sensibilidade do editor em avaliar que ela (notícia) tem qualidades para que um número maior de pessoas se identifiquem com o personagem e a situação do fato jornalístico. Esse critério é chamado de

- (A) ineditismo.
- (B) empatia.
- (C) apelo.
- (D) improbabilidade.
- (E) proximidade.

50. “O Corinthians fez das tripas coração na última partida do campeonato. Era um jogo de vida ou morte. E prevaleceu esta última. O Timão perdeu e foi rebaixado para a segunda divisão.”

Esse texto está construído com equívocos condenados no jornalismo. Entre outros ele não seria aceito em um jornal sério porque

- (A) vale-se de lugares-comuns.
- (B) está construído no passado.
- (C) as frases são demasiadamente curtas.
- (D) falta-lhe nexos causal.
- (E) é uma antinotícia.