

- Nas questões a seguir, marque, para cada uma, a única opção correta, de acordo com o respectivo comando. Para as devidas marcações, use a **Folha de Respostas**, único documento válido para a correção das suas respostas.
- Nas questões que avaliarem **conhecimentos de informática** e(ou) **tecnologia da informação**, a menos que seja explicitamente informado o contrário, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão e que não há restrições de proteção, de funcionamento e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios, recursos e equipamentos mencionados.
- Eventuais espaços livres — identificados ou não pela expressão “**Espaço livre**” — que constarem deste caderno de provas poderão ser utilizados para rascunho.

## -- PROVAS OBJETIVAS --

### -- CONHECIMENTOS BÁSICOS --

#### Texto CB1A1-I

O Centro de Previsão Climática da Administração Oceânica e Atmosférica (NOAA), dos Estados Unidos da América (EUA), relatou no início de junho o surgimento do *El Niño*, o aquecimento das águas superficiais do Pacífico equatorial acima da média histórica. As mudanças já registradas neste ano no oceano e na atmosfera tornam provável a ocorrência desse fenômeno durante o próximo inverno no hemisfério Norte (verão no Brasil). De acordo com o comunicado, a chance de um *El Niño* forte é de 56% e de um moderado de 84%. Talvez seja um dos mais intensos das últimas três décadas.

*El Niño* e *La Niña*, o evento inverso, de resfriamento do Pacífico, integram o mesmo fenômeno chamado *El Niño* Oscilação Sul (ENOS), que provoca mudanças nos padrões globais de transporte de umidade, aumentando a pluviosidade em algumas regiões e reduzindo-a em outras: o clima da Oceania e do leste e sul da África fica mais quente e seco, enquanto nos EUA o inverno é menos rigoroso. Em maio, o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (CPTEC) do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) alertou sobre a formação do *El Niño* e os seus prováveis efeitos no Brasil até o final deste ano: temperaturas mais altas e menos chuva nas regiões Norte e Nordeste e mais chuva nas regiões Sudeste e Sul.

Sinais do próximo *El Niño*. In: Pesquisa Fapesp. Ed. 329, jul./2023. Internet: <revistapesquisa.fapesp.br> (com adaptações).

#### Questão 1

No texto CB1A1-I predomina a tipologia textual

- Ⓐ descritiva.
- Ⓑ argumentativa.
- Ⓒ narrativa.
- Ⓓ injuntiva.
- Ⓔ expositiva.

#### Questão 2

De acordo com as ideias expressas no texto CB1A1-I, assinale a opção correta.

- Ⓐ Dados do CPTEC e do INPE corroboram o comunicado do NOAA de que em 2023 o *El Niño* terá sido o mais intenso no Brasil.
- Ⓑ O aquecimento das águas superficiais do Pacífico equatorial em 2023 será certamente acima da média histórica.
- Ⓒ A conclusão do NOAA em relação à ocorrência do *El Niño* pauta-se em alterações já observadas no oceano e na atmosfera em 2023.
- Ⓓ O comunicado emitido pelo NOAA comprova que o *El Niño* será o pior dos últimos 30 anos.
- Ⓔ Conforme os dados revelados pelo Centro de Previsão Climática, os focos do *El Niño* este ano são a Oceania, a África e os EUA.

#### Questão 3

Estariam mantidas a coesão textual e a coerência do texto CB1A1-I caso se substituísse

- Ⓐ “neste” (no segundo período do primeiro parágrafo) por **desse**.
- Ⓑ “enquanto” (no primeiro período do segundo parágrafo) por **quando**.
- Ⓒ “desse fenômeno” (no segundo período do primeiro parágrafo) por *El Niño*.
- Ⓓ “De acordo com” (no terceiro período do primeiro parágrafo) por **Consoante**.
- Ⓔ “que” (no primeiro período do segundo parágrafo) por **a qual**.

#### Questão 4

Em relação a aspectos linguísticos do texto CB1A1-I, julgue os itens a seguir.

- I A correção gramatical e os sentidos do texto estariam preservados caso o pronome “a”, em “reduzindo-a” (no primeiro período do segundo parágrafo) fosse colocado antes do verbo: **a reduzindo**.
- II A substituição da expressão “próximo inverno” (no segundo período do primeiro parágrafo) por **inverno próximo** manteria a correção gramatical do texto e o seu sentido original.
- III A substituição das formas verbais “fica” e “é” (ambas no primeiro período do segundo parágrafo) por **ficaria** e **seria** preservaria a correlação entre as formas verbais e a coesão temporal do período.

Assinale a opção correta.

- Ⓐ Apenas o item I está certo.
- Ⓑ Apenas o item III está certo.
- Ⓒ Apenas os itens I e II estão certos.
- Ⓓ Apenas os itens II e III estão certos.
- Ⓔ Todos os itens estão certos.

**Texto CB1A1-II**

A exorbitante onda de calor que nos atingiu este mês veio fora dos padrões. Sua extensão, sua força e sua duração escapam aos parâmetros. Praticamente o território nacional inteiro foi assolado. Fenômenos atmosféricos têm se tornado cada vez mais extremos e mais frequentes desde que entramos no novo milênio. Incêndios florestais na Sibéria, temperatura saariana na Inglaterra, inundações devastadoras no Rio Grande do Sul, furacões com ventos de 300 km/h, sensação de 60 °C no Rio — são eventos extremos que se multiplicam e preocupam autoridades e governos do mundo inteiro.

Em outras partes do mundo, a população está ciente de que a ameaça principal que paira sobre a humanidade é o desregramento climático. A situação que se antevia para 2050 já chegou, quase 20 anos adiantada. No Brasil, até poucos anos atrás, não se sabia o que era um ciclone extratropical. Hoje, o fenômeno tem assolado o sul do país e ceifado vidas. Só este ano, já vieram dois desses eventos.

A população brasileira tem de ser conscientizada para as mudanças climáticas, que nos anunciam um futuro complicado. A catástrofe planetária começou, mas ainda temos tempo de amenizar o estrago.

Compete ao nosso governo investir em propaganda institucional para levar a informação a todos. Cabe também às autoridades desenhar um programa para implementar todos os conselhos de bom senso que ajudem a população a modificar seus hábitos. Se os brasileiros se conscientizarem de que cada um pode agir em favor da natureza, será um movimento de grande alcance. No fundo, a natureza somos nós. Chega de fomentar nossa própria perdição.

José Horta Manzano. O cantil. Correio Braziliense.  
Internet: <correio braziliense.com.br> (com adaptações).

**Questão 5**

A partir das ideias expressas no texto CB1A1-II, é correto afirmar que sua principal finalidade é

- A criticar o comportamento da população que ainda contribui para agravar o desregramento climático.
- B alertar a população em relação à ocorrência de catástrofes naturais.
- C chamar a atenção da população para a constante destruição do meio ambiente.
- D emitir opinião a respeito das causas das mudanças climáticas.
- E apontar a responsabilidade de governos e autoridades em orientar a população a respeito das mudanças climáticas.

**Questão 6**

De acordo com as ideias expressas no texto CB1A1-II, assinale a opção correta.

- A A população brasileira não tem ciência das mudanças climáticas porque até pouco tempo atrás não sabia sequer o que era um ciclone extratropical.
- B Globalmente, autoridades e governos têm se omitido em relação a ações que possam conter o avanço das mudanças climáticas.
- C Os efeitos do desregramento climático têm se tornado mais intensos e recorrentes, e requerem atenção no mundo inteiro.
- D A conscientização da população brasileira é fundamental para que as mudanças climáticas possam ser controladas.
- E O aumento dos fenômenos climáticos extremos vividos recentemente resulta de mudanças atmosféricas observadas no Brasil.

**Questão 7**

No quarto período do primeiro parágrafo do texto CB1A1-II, a oração iniciada pela locução “desde que” estabelece, com a oração que a antecede, uma relação de

- A causa.
- B condição.
- C tempo.
- D concessão.
- E consequência.

**Questão 8**

Estariam preservadas a correção gramatical e a coerência das ideias do texto CB1A1-II caso houvesse

- I a supressão do travessão no primeiro parágrafo.
- II a substituição do termo “até”, na expressão “até poucos anos atrás” (no terceiro período do segundo parágrafo), por **há**.
- III a substituição de “tem de ser conscientizada” (no penúltimo parágrafo) por **tem de se conscientizar**.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item III está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens II e III estão certos.
- E Todos os itens estão certos.

**Questão 9**

No último período do texto CB1A1-II, a palavra “fomentar” foi empregada como sinônimo de

- A desenvolver.
- B provocar.
- C despertar.
- D acelerar.
- E animar.

**Questão 10**

Assinale a opção em que a reescrita do trecho “No fundo, a natureza somos nós.” (penúltimo período do último parágrafo) mantém a correção gramatical e o sentido original do texto CB1A1-II.

- A Somos, além do mais, a natureza.
- B Somos a natureza profunda.
- C Profundamente, somos nós a natureza.
- D Por acaso, somos a natureza.
- E Nós, na verdade, somos a natureza.

**Questão 11**

Em um computador com instalação padrão do sistema operacional Windows 10, é possível haver mais de um perfil de usuário, também chamado de conta de usuário. Nesse contexto, é correto afirmar que

- A cada perfil terá uma pasta de usuário, que contém várias subpastas, como, por exemplo, Área de Trabalho, Documentos, Download, Músicas e Imagens.
- B para se instalar aplicativos disponíveis no Microsoft Store, o perfil de usuário deve ter privilégios administrativos.
- C apenas uma conta de usuário poderá ter privilégios administrativos.
- D configurações de aparência como temas e tela de fundo definidas para um perfil de usuário serão aplicadas, automaticamente, para todos os outros perfis.
- E a opção Trocar Usuário permite que se troque de perfil para entrar em uma nova conta; ao se fazer isso, todas as janelas e programas abertos serão fechados.

**Questão 12**

Considerando a figura precedente, assinale a opção correta.

- A Na figura são mostrados botões de comando que ficam disponíveis no *menu* Formatar dos aplicativos do Office 365, em uma instalação padrão.
- B O botão representado pelo ícone do pincel, no painel de comandos Área de Transferência, serve para destacar um texto selecionado.
- C Os botões representados por ícones com a letra X permitem substituir um texto selecionado por caracteres especiais, visando ocultar o texto original.
- D Por se tratar de ferramentas de formatação de texto, os comandos mostrados na figura estão disponíveis apenas no aplicativo Word.
- E Os botões representados por ícones com as letras N, I e S permitem alterar a formatação do texto, deixando-o em negrito, itálico ou sublinhado.

**Questão 13**

O avanço tecnológico tem refletido na legislação brasileira, de modo que, ao mesmo tempo que assegura o acesso à informação, protege dados pessoais. Nesse sentido, assinale a opção correta.

- A A Lei Geral de Proteção de Dados somente protege dados de empresas e organizações.
- B Ao requisitar informações de interesse público, é necessário que o cidadão apresente justificativa para o acesso à informação solicitada.
- C Qualquer pessoa pode solicitar a qualquer empresa pública ou privada informações sobre o compartilhamento de seus dados pessoais.
- D Conforme estabelece a Lei de Acesso à Informação, empresas e órgãos públicos devem fornecer toda e qualquer informação solicitada pelos cidadãos.
- E A Lei Geral de Proteção de Dados protege dados pessoais utilizados em atividades jornalísticas.

**Questão 14**

Em sistemas computacionais, sejam eles corporativos ou domésticos, a segurança digital abrange a defesa contra vírus, *softwares* maliciosos e intrusões, garantindo a integridade e confidencialidade dos dados armazenados. Nesse contexto, assinale a opção correta.

- A Um computador *off-line* é imune a vírus.
- B Utilizar a mesma senha para diferentes serviços *on-line* não constituirá risco de segurança se essa senha mesclar letras, números e caracteres especiais.
- C Um *firewall* é um *software*, ou *hardware*, de segurança que minimiza o risco de acesso não autorizado ao computador.
- D Trocar a senha de acesso ao computador e a serviços *on-line* periodicamente não influencia na segurança.
- E A atualização periódica do sistema operacional não influencia na segurança do sistema computacional.

**Questão 15**

Considerando que uma tabela contenha informações sobre nome, CPF, idade e telefone de um conjunto de pessoas, é correto afirmar que

- A cada linha da tabela é um atributo.
- B cada coluna da tabela é um registro.
- C não é possível utilizar métricas para analisar os dados de nome na tabela, devido ao fato de eles não serem dados numéricos.
- D o Excel não permite realizar uma formatação condicional da tabela utilizando-se o campo CPF, devido ao fato de este conter apenas números.
- E é possível calcular a mediana da idade do conjunto de pessoas utilizando-se a função `MED()` do Excel.

**CB1A3-I**

“O chefe não me falou sobre isso, mas, se eu for convidado, aceitarei a tarefa.”

**Questão 16**

O número de linhas da tabela-verdade associada à proposição CB1A3-I é igual a

- A 2.
- B 4.
- C 8.
- D 16.
- E 32.

**Espaço livre**

**Questão 17**

Supondo verdadeira a proposição CB1A3-I, assinale a opção que apresenta uma proposição também verdadeira.

- A** O chefe não me falou sobre isso.
- B** Não aceitarei a tarefa.
- C** O chefe me falou sobre isso.
- D** Serei convidado.
- E** Aceitarei a tarefa.

**Questão 18**

Assinale a opção que apresenta uma negação da proposição CB1A3-I.

- A** O chefe me falou sobre isso, ou serei convidado, mas não aceitarei a tarefa.
- B** O chefe me falou sobre isso, mas, se eu não for convidado, não aceitarei a tarefa.
- C** O chefe me falou sobre isso, mas não fui convidado ou não aceitei a tarefa.
- D** O chefe me falou sobre isso, serei convidado, mas não aceitarei a tarefa.
- E** O chefe me falou sobre isso ou eu não serei convidado ou não aceitarei a tarefa.

**Texto CB1A3-II**

O Conselho de Administração de Itaipu Binacional é composto por 12 conselheiros, sendo 6 brasileiros e 6 paraguaios. Para a realização de análises sobre assuntos econômicos, estratégicos, técnicos, de controladoria e de prospecção de novos negócios, serão montadas cinco comissões, uma para cada assunto, todas com 6 membros cada. Não há impedimento para que uma pessoa participe de mais de uma comissão, nem para que alguém fique sem participar de qualquer uma.

**Questão 19**

Tendo como base o texto CB1A3-II, assinale a opção que corresponde à quantidade de maneiras distintas de como a comissão responsável pela análise dos assuntos econômicos pode ser formada se, necessariamente, essa comissão tiver de ser formada por 3 brasileiros e 3 paraguaios.

- A** 36
- B** 400
- C** 924
- D** 1.320
- E** 14.400

**Questão 20**

No que se refere ao texto CB1A3-II, supondo que cada um dos 12 conselheiros de administração participe de pelo menos uma comissão, assinale a opção que apresenta o maior número possível de conselheiros que podem participar de todas as comissões.

- A** 1
- B** 2
- C** 3
- D** 4
- E** 5

Espaço livre

**-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --****Questão 21**

As teorias clássicas no campo da comunicação dividem-se em três grandes blocos: o dos pioneiros empírico-funcionalistas, integrando o bloco da chamada *communication research*; o dos filósofos da teoria crítica; e o dos culturalistas ou dos estudos culturais. Em relação às teorias da comunicação, julgue os itens seguintes.

- I Os empírico-funcionalistas se preocupavam em estabelecer modelos e funções para a comunicação e eram influenciados pelos niilistas.
- II Estímulo e resposta formaram as primeiras polaridades na compreensão do fenômeno da comunicação, sob influência da psicologia behaviorista.
- III Os estudos culturais reconheciam as classes operárias como sujeitos coletivos dos processos culturais, em um conceito que vê a cultura como espaço de práticas socialmente compartilhadas.
- IV A teoria da agulha hipodérmica ou teoria hipodérmica pregava que a mensagem é facilmente inoculável em um alvo.
- V De acordo com a teoria crítica, os meios de comunicação são aliados das massas.

Estão certos apenas os itens

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

**Questão 22**

Comunicação pública, interesse público e opinião pública são conceitos-chave na sociedade moderna. A respeito desses conceitos, assinale a opção correta.

- A O interesse público se refere ao bem comum, à proteção da propriedade privada, ao interesse geral da sociedade civil.
- B A comunicação pública é a capacidade do governo de fazer circular informações.
- C Opinião pública é a opinião do público a respeito de um candidato, aferida pelas pesquisas eleitorais.
- D A comunicação pública é a comunicação das autoridades com o público, nela prevalecendo os interesses do Estado e a opinião das empresas.
- E Comunicação pública, interesse público e opinião pública têm em comum a preocupação com o bem público e a noção de coletividade, sob uma visão de espaço público democratizado.

**Questão 23**

Em relação ao planejamento publicitário e ao planejamento de comunicação integrada, julgue os próximos itens.

- I Planejamento é um processo administrativo, sistemático, com o objetivo de coordenar a atuação da empresa ou organização, para atingir o máximo de resultados com otimização de recursos humanos e financeiros.
- II O planejamento de comunicação tem propósitos específicos e se apresenta como um material independente do planejamento publicitário e do planejamento de *marketing*.
- III A metodologia de avaliação de um planejamento consiste em definir sistemas de medição para avaliar se o executado estará dentro do previsto ou não; caso ocorram desvios, estes devem ser desconsiderados da análise.
- IV Descentralização e uniformidade são características fundamentais dos textos e campanhas publicitários; assim, no planejamento, prevalece a elaboração complexa, especializada, e com aspectos subjetivos.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item II está certo.
- C Apenas o item IV está certo.
- D Apenas os itens III e IV estão certos.
- E Apenas os itens I, II e III estão certos.

**Questão 24**

Ao elaborar seu planejamento de propaganda, uma empresa deve considerar que

- A o planejamento na promoção de vendas e *merchandising* deve somente citar a técnica; as estratégias serão detalhadas pela agência de propaganda em etapa posterior.
- B produto (ou serviço), preço, distribuição e comunicação são áreas a serem estudadas separadamente, dadas as suas particularidades e características.
- C o principal item a ser avaliado é a comunicação quantitativa: dados informativos que mostrem o produto em si e o alcance de uma campanha, como números de audiência e visualizações da mensagem.
- D é importante, no plano de comunicação, ficar claro quais são os papéis do anunciante (empresa ou organização) e da agência de propaganda; cabe ao anunciante definir como dizer, e à agência, o que dizer e em quais plataformas de mídia.
- E a definição dos públicos de interesse para as estratégias de comunicação é fundamental: as organizações se dirigem aos grupos para criar e manter conceitos estáveis que balizem suas metas econômicas e comerciais.

**Questão 25**

Quanto aos objetivos gerais da comunicação institucional, assinale a opção correta.

- A** Criar e manter uma imagem positiva perante os públicos de interesse internos e externos caberá às lideranças e aos dirigentes, como representantes máximos da organização.
- B** O controle e a avaliação dos objetivos, metas e estratégias de comunicação institucional ficarão a cargo da gestão administrativa da organização.
- C** A avaliação deve ser feita tendo em consideração as variáveis principais levantadas no documento de planejamento institucional; ficam de fora as sugestões e críticas, bem como a observação de pessoas próximas ou mesmo as avaliações pessoais.
- D** Para controle e avaliação da comunicação institucional, devem ser considerados o fator tempo e o objeto: quando e o quê será avaliado, embora a questão do método não seja importante, desde que os objetivos sejam alcançados.
- E** Na elaboração de um plano de comunicação institucional, além de um ambiente organizacional adequado ao trabalho, a matriz lógica do planejamento pode conter objetivos, metas pessoais e de relacionamento social, assim como objetivos e metas profissionais.

**Questão 26**

No processo de criação publicitária, exigem-se do profissional alguns requisitos básicos e capacidades, para que ele desenvolva determinados tipos de raciocínio e percepção diante do produto ou serviço em questão. A partir dessa abordagem, assinale a opção correta.

- A** Ética, percepção, empatia, determinação e direcionamento pessoal são quesitos que contribuem significativamente para a criação de produtos ou campanhas.
- B** A ideia de tentar surpreender em um anúncio é algo ultrapassado; atualmente, a surpresa é um ingrediente pouco usado pela propaganda.
- C** Seleção das mensagens, escolha dos veículos e intensidade da campanha são definidas de acordo com o público-alvo e independem de estratégia.
- D** Devido à estreita relação entre os quatro pés (4Ps), é correto afirmar que uma boa campanha de propaganda não pode ser prejudicada por uma distribuição ruim do produto ou por seu preço inadequado.
- E** Diferenciação é a ideia de que a campanha ou peça publicitária precisa acompanhar o referencial criativo das marcas concorrentes, promovendo assim uma fusão das mensagens dos produtos, que termina sendo benéfica ao consumidor.

**Questão 27**

A partir do ponto de vista da comunicação interna e organizacional, assinale a opção correta.

- A** A importância da comunicação interna reside sobretudo em reduzir o diálogo ao mínimo necessário, a fim de não prejudicar as operações, e restringir-se à troca de informações entre a gestão executiva e a base operacional.
- B** A eficácia da comunicação nas organizações em nada se relaciona com a valorização das pessoas como indivíduos e cidadãos, cabendo à comunicação e à área de gestão de pessoas responsabilidades distintas.
- C** Para que possa cumprir seu papel nas organizações, a comunicação tem de ser valorizada e compreendida por todos os integrantes, desde a cúpula diretiva até os empregados que exercem funções mais simples.
- D** A comunicação interna é algo isolado do planejamento de comunicação integrada e do conjunto das demais atividades da organização, porque constitui uma disciplina do âmbito da liderança.
- E** A qualidade da comunicação interna leva em consideração a disposição da empresa em abrir as informações, usando a verdade quando lhe couber; além disso, a empresa deve ser rápida nas respostas e incentivar a comunicação de ir e vir em uma assimetria entre chefias e subordinados.

**Questão 28**

O movimento Op Art é caracterizado por

- A** ilusão, efeitos ópticos e valorização do impacto sensorial.
- B** valorização do impacto sensorial e ilusão sonora plástica.
- C** movimento ilusório de figuras geométricas complexas e efeitos sonoros.
- D** utilização de elementos figurativos da cultura da massa e efeitos ópticos.
- E** uso de formas geométricas complexas.

**Questão 29**

O movimento artístico que surgiu em 1916 durante a Primeira Guerra Mundial, em Zurique, caracterizado pela forma crítica ao sistema tradicional de arte, tendo a ironia, o deboche e a rebeldia como mistura para as diferentes linguagens e meios expressivos, foi denominado

- A** surrealismo.
- B** arcadismo.
- C** trovadorismo.
- D** construtivismo.
- E** dadaísmo.

**Questão 30**

O movimento artístico surgido na segunda metade do século XIX, na Inglaterra, que se opôs à interferência da industrialização na arte e que se tornou referência na reforma do *design* e do artesanato criativo como alternativa à mecanização e à produção em massa, foi denominado movimento

- A** surrealista.
- B** tipográfico.
- C** estético iluminista.
- D** *arts and crafts*.
- E** vanguardista.

**Questão 31**

O termo *design*

- A foi inserido na língua portuguesa na década de 70 do século passado e se refere à elaboração de peças artísticas.
- B foi inserido na língua portuguesa na década de 60 do século XX e parte do gerenciamento da informação visual.
- C foi inserido na língua portuguesa na década de 80 do século passado, a partir do trabalho de peças visuais.
- D surgiu a partir da série de processos da pintura na década de 40 do século XX.
- E é associado, historicamente, ao desenvolvimento das artes plásticas na era surrealista.

**Questão 32**

Em fotografia, a profundidade de campo refere-se a quanto uma fotografia parece estar em foco e se relaciona com outros parâmetros, tais como

- A abertura de diafragma e distância focal.
- B saturação do filtro.
- C abertura de filtros polarizadores.
- D intensidade da iluminação e filtros polarizadores.
- E distância do foco e abertura de filtros polarizadores.

**Questão 33**

No contexto da variação das famílias tipográficas, algumas possuem a mesma tipografia em diversas espessuras, tal variação é denominada

- A peso.
- B largura.
- C traço.
- D estilo.
- E corpo.

**Questão 34**

A impressão que utiliza um clichê em baixo relevo é a

- A digital.
- B xilogravura.
- C flexografia.
- D tipográfica.
- E tampografia.

**Questão 35**

Logotipo, um dos elementos que formam uma marca, é

- A o valor que a marca tem para os seus públicos.
- B a proteção legal de uma marca.
- C a forma como se escreve ou a tipologia que se usa para escrever o nome da marca.
- D a imagem ou a figura que representa sua marca.
- E o ser que representa a sua marca.

**Questão 36**

Se utilizadas de forma adequada, as cores podem formar uma atmosfera agradável e apropriada ao espírito da mensagem ou ao próprio produto, dado seu poder de evocar sentimentos e sensações. Assinale a opção correta a respeito das diferentes associações de ideias ou estados de espírito provocados pelas cores.

- A O vermelho pode estar relacionado a emoções como paixão, energia e intensidade.
- B O laranja é associado às sensações de medo e raiva.
- C O amarelo, geralmente, evoca sentimentos de calma e tranquilidade.
- D O azul é frequentemente associado à energia e ao movimento.
- E O verde tende a induzir sensações de tensão e ação.

**Questão 37**

Com relação à hierarquia visual na diagramação, assinale a opção correta.

- A A ordem é irrelevante para conduzir o leitor pelas informações.
- B Tamanho da fonte, negrito e cores são elementos que facilitam a organização da hierarquia visual.
- C O formato de uma publicação deve levar em consideração os autores e suas atividades.
- D A hierarquia visual não faz parte de um projeto editorial.
- E Não é necessário levar em consideração a identidade e os padrões estabelecidos no projeto gráfico.

**Questão 38**

A principal responsabilidade da organização anunciante ao elaborar um *briefing* para orientar o trabalho de planejamento de comunicação mercadológica é

- A fornecer informações básicas e superficiais para que a agência possa explorar somente a criatividade.
- B fornecer informações da agência aos clientes para orientar seu trabalho de planejamento.
- C limitar a quantidade de dados sobre o produto e o mercado para não sobrecarregar a agência.
- D garantir que o *briefing* contenha todas as informações relevantes sobre o produto, a empresa, a concorrência e o mercado de forma precisa e detalhada.
- E delegar totalmente à agência a responsabilidade de levantar informações sobre o produto e o mercado.

**Questão 39**

No que se refere às características das mensagens publicitárias em relação à informação transmitida, assinale a opção correta.

- A As mensagens publicitárias são unidimensionais e transmitem apenas informação explícita.
- B As informações apresentadas nas mensagens publicitárias devem ser contraditórias para confundir o público.
- C As mensagens publicitárias apresentam um núcleo fixo de informação explícita, sem variação.
- D As mensagens publicitárias são sempre transparentes, sem mensagens ocultas.
- E Há uma relação de tensão entre informações explícitas e mensagens ocultas que desativam habilidades semióticas para serem decodificadas.

**Questão 40**

A impressão *offset* imprime a imagem primeiro em um cilindro de borracha, depois a espelhando e transferindo para o papel da impressão final, onde ela é estampada em sua posição normal.

Joaquim da Fonseca. *Tipografia e design gráfico*. São Paulo: Grupo A, 2011 (com adaptações).

Considerando a descrição apresentada no texto anterior, assinale a opção correta, acerca do processo de impressão *offset*.

- A É indicado apenas para tiragens muito grandes devido ao alto custo por exemplar.
- B Alguns dos usos típicos da impressão *offset* são revistas de tiragem pequena.
- C É recomendado para tiragens médias e grandes devido à complexa preparação de fotolitos e chapas das matrizes.
- D É ideal para tiragens pequenas devido à preparação simplificada das matrizes.
- E É um processo de impressão que não requer a gravação de chapas, o que reduz significativamente os custos de produção.

**Text 19A4-I**

It is a universal fact that cinema is a visual medium. Films have the power to overwhelm our senses as well as our minds, subjecting us to a variety of experiences that can range from the sublime to the devastating. Colours play a crucial role in this interesting phenomenon, forming an integral part of the composition of each frame and dictating how the viewer perceives the spectacle on the screen. Apart from the cinematic medium, colours have always been a part of our experience and how we make sense of the vastly nuanced world around us. Although science has definitively explained what colours are in terms of light, they have always mystified artists and philosophers like Arthur Schopenhauer and Ludwig Wittgenstein, who tried to understand their importance in anthropological frameworks.

More notably, the famous German poet and artist Johann Wolfgang von Goethe published a seminal exploration of colours in his 1810 work *Theory of Colours*. In it, he examined how each colour corresponds to various psychological states in the minds of human beings. He wrote, “Light and darkness, brightness and obscurity, or if a more general expression is preferred, light and its absence, are necessary to the production of colour... Colour itself is a degree of darkness.” Goethe’s theories might seem baselessly romantic in the 21st century but the underlying ideas have been implemented by filmmakers and cinematographers to curate the voyeuristic experiences of their audiences. Famed cinematographer Vittorio Storaro has based his artistic vision on Goethe’s work, insisting that colours do have a direct connection to the mind of the viewer.

Internet: <<https://faroutmagazine.co.uk>> (adapted).

**Questão 41**

According to text 19A4-I, filmmakers and cinematographers implement Johann Wolfgang von Goethe’s theories on colours

- A focusing solely on anthropological frameworks in their colour choices.
- B dismissing the relevance of colours in cinema.
- C relying on scientific explanations to use colors effectively.
- D utilizing colours to curate the experiences of their viewers.
- E avoiding the use of colours in their films entirely.

**Questão 42**

Based on text 19A4-I, choose the option that correctly presents Goethe’s description of the relationship between light, darkness, and colour.

- A Light is unnecessary for the production of colour.
- B Light and its absence are crucial in producing colours.
- C Darkness has no effect on the perception of colours.
- D Light and brightness together create a spectrum of colours.
- E Colour itself is a degree of brightness.

**Questão 43**

Maintaining the original meaning of text 19A4-I, the excerpt “Vittorio Storaro has based his artistic vision on Goethe’s work”, in the last sentence of the last paragraph, can be correctly rephrased as

- A Vittorio Storaro’s based for an artistic vision has influenced Goethe’s work.
- B Vittorio Storaro’s artistic vision has been based on Goethe’s work.
- C Vittorio Storaro’s artistic vision was based on Goethe’s work.
- D The artistic vision of Goethe’s work was the base for Vittorio Storaro.
- E Goethe’s work has based Vittorio Storaro’s artistic vision.

**Text 19A4-II**

Photo exhibitions are great opportunities for excited and ambitious photographers to showcase their work beyond just the safety of their friends and family. They’re also a stellar opportunity to develop a thicker skin, as your work will be subject to critique, but that’s all part of the territory that comes with getting more exposure as a photographer, which is what all artists should strive for. Beyond that, they’re a great way to advertise yourself as a photographer, both your talents and your availability. Think of it almost as the artist’s equivalent to having a booth at a trade show when you’re selling a product.

First-timers to an exhibition will likely find themselves a bit unsure of what to do and somewhat nervous. Here’s a series of surefire tips to make any exhibition a success. Before you do anything else, it’s imperative that you make up your mind about what you’ll be showcasing at your exhibition. You only have two choices, when you think about it: brand-new work that you’ll shoot especially for the exhibition or archival stuff that you’ll just pull out for the exhibition. Also, being creative when finding the exhibition location is as important as the showcase itself.

Internet: <<https://contrastly.com>> (adapted).

**Questão 44**

In text 19A4-II, the word “likely” (first sentence of the second paragraph) conveys the idea of

- A appreciation.
- B preference.
- C certainty.
- D likeability.
- E probability.

**Questão 45**

According to text 19A4-II, choose the correct option.

- A It is recommended that photographers display their brand-new work at exhibitions.
- B Photo exhibitions are important opportunities for photographers to show their photos to friends and family.
- C Photographers who are showcasing their work for the first time might be anxious and uncertain of what to do.
- D Photo exhibitions are like trade shows where photographers showcase their work in booths.
- E Exhibitions can narrow the territory of the photographers’ exposure, which must be a goal to every artist.

**Questão 46**

Con el final de la dictadura, la publicidad de las administraciones públicas jugó un papel importante en la transición democrática española, debido, sobre todo, al hastío que provocó la esterilidad de las viejas formas de presencia en el espacio público. En los primeros años de la democracia — especialmente a partir de la victoria socialista en 1982 —, la publicidad institucional se gesta como una forma emergente y, si no nueva, al menos renovada, de presencia de la ciudadanía en el espacio público.

Internet: <dialnet.unirioja.es> (con adaptaciones).

De acuerdo con el texto anterior, juzgue los siguientes ítems.

- I El rol de la publicidad del Estado español luego de la dictadura fue destacado.
- II Las antiguas formas de divulgación se volvieron y habían causado un gran cansancio.
- III La emergencia de la publicidad institucional es un indicador del fortalecimiento de la ciudadanía.
- IV La victoria socialista fue posterior al fin de la dictadura.

Seleccione la opción correcta.

- A Solamente lo ítem I es verdadero.
- B Solamente los ítems I y II son verdaderos.
- C Solamente los ítems I, III y IV son verdaderos.
- D Solamente los ítems II, III y IV son verdaderos.
- E Todos los ítems son verdaderos.

**Questão 47**

Internet: <ande.gov.py> (con adaptaciones).

De acuerdo con el texto anterior, juzgue los siguientes ítems.

- I La palabra “heladera” se refiere al clima y los cuidados con los alimentos.
- II Las formas verbales “abrí” y “Tenes” corresponden a la segunda persona del singular.
- III El término “cuando sea necesario” es un complemento que indica tiempo.
- IV La frase “para ahorrar más” es un complemento que indica cantidad.

Seleccione la opción correcta.

- A Solamente los ítems I y III son verdaderos.
- B Solamente los ítems I y IV son verdaderos.
- C Solamente los ítems II y III son verdaderos.
- D Solamente los ítems I, II y IV son verdaderos.
- E Todos los ítems son verdaderos.

**Questão 48**

El cuidado del medio ambiente, y la búsqueda de sostenibilidad, ya no es tema sólo para activistas. La industria del arte gráfico no se quedó atrás, pues ha reflejado su compromiso en los materiales que utiliza, el tipo de diseños y procedimientos que usa para la creación de sus productos. Además, este tipo de arte tiene una ventaja sobre otros, pues se puede hacer la impresión en diferentes materiales como vidrio, tela, madera, plástico etc. Aunque se ha intentado disminuir el efecto negativo en el medio ambiente, aún hay quienes optan por utilizar el formato tradicional, como posters, volantes, folletos, etc.

Internet: <geformas.com.mx> (con adaptaciones).

De acuerdo con el texto anterior, juzgue los siguientes ítems.

- I Activistas y profesionales del arte gráfico tienen la meta de un diseño sostenible.
- II El uso de diferentes materiales permitirá en el futuro mejorar el compromiso de la industria gráfica con el medio ambiente.
- III Varios tipos de arte, además del gráfico, utilizan la impresión en diferentes materiales.
- IV Todavía se siguen usando formatos gráficos tradicionales pero el efecto negativo sobre el medio ambiente ha disminuido.

Seleccione la opción correcta.

- A Solamente los ítems I y IV son verdaderos.
- B Solamente los ítems II y III son verdaderos.
- C Solamente los ítems III y IV son verdaderos.
- D Solamente los ítems I, II y III son verdaderos.
- E Todos los ítems son verdaderos.

**Questão 49**

La publicidad desempeña un papel clave en la sociedad. Sus mensajes no solo sirven para vender productos. Las marcas, de la mano de sus anuncios, también pueden impulsar buenos hábitos o relevantes cambios sociales. En este sentido, poco a poco, el concepto de publicidad sostenible está cobrando mayor importancia. Un concepto que no solo se refiere a trasladar mensajes concretos, sino que también habla del presente y del futuro de la industria de la publicidad.

Internet: <adevinta.es> (con adaptaciones).

De acuerdo con el texto anterior, juzgue los siguientes ítems.

- I La palabra “Sus” en “Sus mensajes” corresponde a una forma masculina del pronombre posesivo.
- II La frase “pueden impulsar” tiene como sujeto a “la mano”.
- III La palabra “sino” une dos ideas que se contraponen.
- IV En la frase “del presente y del futuro de la industria de la publicidad” se usa cuatro veces la preposición **de**.

Seleccione la opción correcta.

- A Solamente los ítems I, II y III son verdaderos.
- B Solamente los ítems I, II y IV son verdaderos.
- C Solamente los ítems I, III y IV son verdaderos.
- D Solamente los ítems II, III y IV son verdaderos.
- E Todos los ítems son verdaderos.

**Questão 50**

Los anuncios intersticiales son anuncios de pantalla completa que aparecen en puntos de transición naturales dentro de una aplicación, como cuando se carga un nuevo nivel en un juego o se cambia entre pantallas de aplicaciones. Estos anuncios brindan una experiencia más inmersiva y captan toda la atención del usuario. Los anuncios intersticiales pueden incluir imágenes estáticas, vídeos o elementos interactivos. Por ejemplo, una aplicación de viajes puede mostrar un anuncio intersticial que muestre un destino de vacaciones con imágenes impresionantes y un llamado a la acción para reservar un viaje.

Internet: <fastercapital.com> (con adaptaciones).

Según el texto anterior, los anuncios intersticiales

- A ocupan un espacio reducido en los aparatos.
- B aparecen en cualquier momento.
- C específicos para juegos.
- D se usan para promover viajes en vacaciones.
- E tienen diversos tipos de formatos.

---

**Espaço livre**

---