

- Cada um dos itens das provas objetivas está vinculado ao comando que imediatamente o antecede. De acordo com o comando que cada um deles esteja vinculado, marque, na **Folha de Respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenadas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a **Folha de Respostas**, único documento válido para a correção das suas provas objetivas.
- Nos itens 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

O racismo estrutural é uma realidade cotidiana no Brasil, e as denúncias de atitudes racistas estão se tornando mais visíveis. Porém, o racismo institucional, que acontece dentro de organizações públicas e privadas em diversos setores, ainda é um conceito pouco familiar para muitas pessoas. Mesmo afetando diretamente milhões de brasileiros, esse tipo de racismo é menos conhecido.

O racismo institucional vai além das atitudes individuais e ações isoladas. Ele está enraizado nas políticas, nos procedimentos e nas práticas das organizações. Isso significa que não se trata apenas de como as pessoas se comportam, mas também de como as estruturas e normas podem favorecer ou prejudicar grupos raciais específicos.

Essas manifestações de racismo dentro das instituições podem ser observadas em várias áreas, desde a maneira como o pessoal é selecionado e promovido até a distribuição de recursos. Isso pode resultar em desigualdades sistêmicas que afetam grupos pertencentes a minorias raciais, limitando suas oportunidades e o reconhecimento de suas contribuições.

Essa dimensão do racismo é frequentemente menos reconhecida do que as formas mais óbvias de preconceito racial, mas seu impacto é duradouro e pode contribuir significativamente para a manutenção de desigualdades com base na raça. O racismo institucional é um conceito-chave para compreender como as estruturas e práticas das organizações podem perpetuar a discriminação racial, mesmo que não haja intenções individuais de discriminar. É um problema complexo que requer atenção, portanto, reconhecer e abordar as maneiras como se manifesta o racismo institucional é fundamental para promover a igualdade racial nos espaços de trabalho.

Internet: <www.gov.br> (com adaptações).

Julgue os itens que se seguem, relativos às ideias veiculadas no texto CB1A1.

- 1 Conforme as ideias expostas no texto, o racismo institucional difere das outras formas de racismo por ter impacto duradouro e contribuir significativamente para a manutenção de desigualdades com base na raça.
- 2 Conclui-se do texto que o conhecimento sobre o racismo institucional é relevante para a promoção da igualdade racial no ambiente laboral.
- 3 O texto trata o racismo institucional como um tipo de cultura existente dentro de instituições públicas e privadas.
- 4 Depreende-se da leitura do texto que a distribuição desigual de recursos dentro de uma instituição consiste em um tipo de racismo institucional.
- 5 Infere-se do texto que o racismo institucional se manifesta de forma velada dentro das organizações.
- 6 De acordo com o primeiro parágrafo do texto, a população brasileira ainda não é capaz de reconhecer o racismo institucional.

Com relação a aspectos linguísticos do texto CB1A1, julgue os itens seguintes.

- 7 No último período do texto, a preposição “para” introduz uma oração que expressa finalidade.
- 8 No quarto parágrafo, o sujeito da oração “É um problema complexo” (terceiro período) corresponde a “a discriminação racial” (segundo período).
- 9 Estariam mantidos os sentidos e a correção gramatical do texto caso se substituísse o segmento “estão se tornando” (primeiro período do primeiro parágrafo) por **vêm se tornando**.
- 10 Estariam mantidas a correção gramatical e a coerência das ideias do texto caso os dois primeiros períodos do segundo parágrafo fossem unidos por meio da substituição do ponto empregado após “isoladas” pelo sinal de dois-pontos, feitos os devidos ajustes de letra inicial maiúscula e minúscula no período.
- 11 Mantendo-se as ideias e a correção gramatical do texto, o terceiro período do segundo parágrafo poderia ser reescrito da seguinte forma: **Isso significa que o racismo institucional não se trata apenas de como as pessoas se comportam, mas, também, de como as estruturas e as normas podem proteger ou prejudicar grupos raciais específicos**.
- 12 Em “a minorias raciais” (segundo período do terceiro parágrafo), é facultativo o emprego do sinal indicativo de crase no vocábulo “a”.
- 13 A substituição do termo “limitando” (segundo período do terceiro parágrafo) pela expressão **porque limita** manteria a correção gramatical e a coerência das ideias do texto.
- 14 No texto, o sentido do verbo “perpetuar” (segundo período do quarto parágrafo) é o mesmo de **potencializar**.

Julgue os itens subsequentes, com base no Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo federal (Decreto n.º 1.171/1994).

- 15 O servidor deve utilizar os conhecimentos que detém e as tecnologias ao seu alcance para desempenhar eficientemente as atribuições do cargo que ocupa.
- 16 O servidor público que tenha conhecimento de qualquer fato contrário ao interesse público deverá comunicá-lo, no prazo de 24 horas, ao seu superior, não cabendo, entretanto, em respeito à hierarquia, àquele exigir deste tomada de providências.

De acordo com o Código de Conduta Ética e Integridade da CODEVASF, julgue os próximos itens.

- 17** As denúncias acerca de condutas que configurarem violação ao referido código devem ser encaminhadas diretamente à Corregedoria da CODEVASF, para fins de registro e apuração.
- 18** A cordialidade, a urbanidade, a boa-fé, o respeito às pessoas e a honestidade são alguns dos valores éticos da CODEVASF.

Julgue os itens seguintes, a respeito dos atos de improbidade administrativa previstos na Lei n.º 8.429/1992.

- 19** Praticar ato de improbidade administrativa que causa prejuízo ao erário o agente público que, de forma dolosa e durante o exercício de suas atividades, presta consultoria a pessoa jurídica cujo interesse possa ser amparado por sua ação no exercício de suas atribuições.
- 20** Se um gestor público utiliza, dolosamente, os serviços de servidor a ele subordinado, responsável pela manutenção predial do órgão público em que ambos trabalham, em reparos em sua residência particular, então, nessa situação, a conduta do gestor público constitui ato de improbidade administrativa que configura enriquecimento ilícito.

Com base no disposto no Regimento Interno e no Estatuto Social da CODEVASF, bem como na Lei n.º 13.303/2016, julgue os itens subsequentes.

- 21** Considerada a necessidade de preservação de sua estratégia organizacional, a CODEVASF é facultada a divulgação da remuneração dos membros do seu conselho de administração e de sua diretoria.
- 22** O desenvolvimento de bacias hidrográficas de forma integrada e sustentável faz parte da missão institucional da CODEVASF.
- 23** Orientada pela União, a CODEVASF pode realizar projetos de investimento, em condição diversa de outra sociedade do setor privado que atue no mesmo mercado, quando houver previsão em lei ou regulamento e desde que os projetos coincidam com o objeto social da companhia e tenham por finalidade o interesse público.

No que se refere ao conceito, às técnicas e aos princípios relacionados ao orçamento público, julgue os itens a seguir.

- 24** Conforme o princípio da universalidade, o orçamento deve abranger todas as receitas e todas as despesas da administração pública, incluídas as receitas e despesas operacionais das empresas públicas e das sociedades de economia mista, independentemente de receberem ou não recursos para custeio do ente controlador.
- 25** De acordo com conceito moderno de orçamento público, as finanças públicas caracterizam-se pela neutralidade, visando-se reduzir a intervenção do Estado na economia de modo que o equilíbrio financeiro se imponha de forma natural.
- 26** O orçamento-programa permite a identificação dos programas, projetos e atividades que o governo pretende realizar, estabelecendo os objetivos, as metas, os custos e os resultados esperados.

Julgue os próximos itens, em relação ao ciclo orçamentário e ao processo orçamentário.

- 27** Caso o Poder Judiciário da União não encaminhe sua proposta orçamentária parcial ao Poder Executivo, esta poderá ser encaminhada ao Congresso Nacional, por meio de projeto de lei de iniciativa do próprio Judiciário, para ser incorporada ao projeto de lei orçamentária anual em tramitação.
- 28** De acordo com o estabelecido na Constituição Federal de 1988, a sessão legislativa do Congresso Nacional não será interrompida caso o projeto de lei de diretrizes orçamentárias da União não seja aprovado até a data prevista para o encerramento do primeiro período dessa sessão.

A respeito do orçamento público no Brasil, julgue os itens subsequentes.

- 29** Os créditos adicionais especiais dizem respeito a qualquer despesa para a qual não haja dotação orçamentária específica na lei orçamentária anual.
- 30** A produção das ações do tipo atividade, diferentemente da produção das do tipo projeto, incorpora-se ao patrimônio da União e contribui para o aperfeiçoamento da ação de governo no âmbito da União.
- 31** Na classificação funcional das despesas, é possível combinar as subfunções a funções diferentes daquelas às quais elas estão diretamente relacionadas.
- 32** No Sistema de Planejamento e de Orçamento Federal, os órgãos específicos são os que se vinculam ou se subordinam ao órgão central desse sistema; a missão desses órgãos está voltada para as atividades de planejamento e orçamento.

Julgue os itens que se seguem, a respeito de Internet e *intranet*.

- 33** Ferramentas de gerenciamento de redes sociais são aquelas que reúnem diversas plataformas em um único espaço, permitindo a otimização de processos, a simplificação das publicações e a facilitação do acompanhamento de postagens.
- 34** A *intranet*, ao contrário da Internet, é uma área de uso exclusivo de seus proprietários, ou seja, é uma plataforma de comunicação que pertence a uma única organização e serve como infraestrutura para compartilhamento de informações, arquivos, aplicações, serviços e recursos em seu ambiente interno de trabalho.

Em relação ao *backup* de arquivos na nuvem, julgue os próximos itens.

- 35** Embora atenda à demanda pela restauração e transferência das informações que passaram por *backup*, o *restore* não assegura a integridade e a disponibilidade da informação registrada previamente.
- 36** O *backup* incremental, uma vez configurado e executado, fará uma cópia exata de arquivos e pastas selecionados, sendo especialmente útil quando se precisa de uma recuperação rápida e completa de dados em casos de falha de *hardware*.

Acerca de *hardware* e periféricos de computadores, julgue os próximos itens.

- 37** Os periféricos de um computador, em sua maioria, são *hardwares* do tipo externo, como *mouse*, teclado e uma *smart TV*, embora seja possível que alguns *hardwares* internos se enquadrem nessa definição, como a placa de som, por exemplo.
- 38** A SRAM (*static random-access memory*) tem natureza volátil e perde rapidamente seus dados na falta de energia; por necessitar de um processo constante de atualização nos pulsos para manter os dados ativos enquanto trabalha, a SRAM é mais lenta que a DRAM (*dynamic random-access memory*).

Julgue os itens subsecutivos, no que se refere à segurança na Internet.

- 39** Uma forma popular de *adwares* é a publicidade que costuma acompanhar os *softwares* gratuitos; apesar de esses vírus serem relativamente inofensivos, há aqueles que usam ferramentas de rastreamento para coletar informações sobre localização ou histórico de navegação, com a finalidade de direcionar anúncios específicos para o usuário.
- 40** O *spyware* permite o rastreamento do comportamento de um usuário da Internet sem o seu conhecimento, em diversos dispositivos; ele também permite criptografar dados sigilosos, como documentos pessoais ou fotos, o que favorece ações criminosas, tal como um pedido de resgate pela liberação desses dados.
- 41** Ao contrário dos vírus, os *worms* propagam-se e infectam computadores sem que haja uma ação direta humana, como um comando para sua execução; eles inicialmente infectam uma máquina e depois se propagam pela rede de computadores, infectando outras máquinas, explorando vulnerabilidades de rede, como, por exemplo, pontos fracos nos programas de *e-mail*.

Acerca dos atos administrativos e dos poderes da administração pública, julgue os itens a seguir.

- 42** Considera-se manifestação do poder hierárquico a faculdade de a administração pública punir internamente infrações praticadas por seus servidores e demais pessoas sujeitas à disciplina administrativa de seus órgãos e serviços.
- 43** A administração pública tem a prerrogativa de revogar ato administrativo ao identificar que ele tenha sido praticado com ilegalidade.
- 44** Presunção de legitimidade, imperatividade e autoexecutoriedade são atributos do ato administrativo.

Julgue os itens a seguir, a respeito de princípios da administração pública, da sua organização e do seu controle e da concessão de serviços públicos.

- 45** Conforme a doutrina clássica, a supervisão ministerial constitui mecanismo de controle interno da administração pública aplicável às entidades da administração pública indireta.
- 46** Haja vista a imperatividade de estrita observância da legalidade no âmbito da administração pública, os princípios que a regem devem ser expressos na legislação, não se admitindo a aplicação de princípios implícitos.
- 47** Embora tanto as autarquias quanto as empresas públicas integrem a administração pública indireta, aquelas são pessoas jurídicas de direito público, ao passo que estas são pessoas jurídicas de direito privado.
- 48** Considera-se concessão de serviço público a delegação de sua prestação, mediante licitação, por meio de contrato administrativo ou a título precário, a pessoa jurídica ou consórcio de empresas que demonstrem capacidade para seu desempenho, por sua conta e risco.

Em relação ao processo administrativo no âmbito da administração pública federal, conforme a Lei n.º 9.784/1999, e à proteção de dados pessoais, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais — LGPD (Lei n.º 13.709/2018), julgue os itens seguintes.

- 49** Haja vista a necessidade de proteção de crianças e de adolescentes, o tratamento de seus dados é, em regra, vedado, sendo possível apenas quando houver o consentimento específico e em destaque dado por ambos os pais ou pelo responsável legal.
- 50** Os atos administrativos que apresentem defeitos sanáveis podem ser convalidados pela própria administração pública em decisão na qual se evidencie a ausência de lesão ao interesse público ou de prejuízo a terceiros.

Espaço livre

-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --

Em relação aos conceitos e finalidades da publicidade, julgue os itens seguintes.

- 51 O planejamento de um anúncio requer a criação de diferentes ideias direcionadas a cada um dos meios de comunicação, ou seja, uma específica para *outdoor*, outra para rádio, uma outra diferente para revista e outra para televisão, de forma a atingir públicos distintos.
- 52 As ferramentas de *marketing* e o comportamento do consumidor são aspectos importantes a serem considerados na construção de campanhas publicitárias eficientes.
- 53 A diferença entre publicidade e propaganda evidencia-se na descrição de seus significados: publicidade é qualidade do que é público; e propaganda é a propagação de princípios e teorias.
- 54 Uma publicidade que atinge perfis diferentes do *target* primário, ou seja, da demanda marginal, atinge o foco da comunicação, o que indica o sucesso da estratégia publicitária.
- 55 Ao favorecer a livre expressão de opiniões, a ação democrática na publicidade impacta a liberdade de imprensa.

No que se refere à campanha publicitária, julgue os próximos itens.

- 56 O *outdoor*, que é uma mídia extensiva indicada para cliente com orçamento restrito, permite grande impacto visual, baixo custo de produção e elevada capacidade de seletividade de público.
- 57 O conceito criativo é a expressão em texto do posicionamento da empresa, produto ou serviço, sendo responsabilidade do cliente passar essa visão em campanhas de propaganda.
- 58 Para o planejamento de uma campanha publicitária, é necessário o estabelecimento de uma relação entre o posicionamento da empresa e o pensamento do público em relação ao produto ou à marca.
- 59 A *tagline* é um bordão que representa uma campanha específica e tem um curto prazo de validade.
- 60 O elemento inicial a ser decidido em um planejamento de mídia é o seu objetivo, no qual deve ser indicada a quantidade de pessoas que se pretende atingir com a campanha, a intensidade de veiculação da campanha e sua duração.
- 61 Para o cálculo da frequência média com que uma mensagem publicitária atinge um indivíduo ou grupo em determinado tempo, divide-se o total de GRP pelo índice de cobertura.

Julgue os itens subsequentes, no que se refere à linguagem e produção de textos em publicidade.

- 62 No roteiro de filme publicitário, o *briefing* apresenta dois elementos principais: o assunto, que é o produto ou o serviço; e a mensagem, que é o se pretende vender em relação a esse produto ou serviço.
- 63 Na produção de uma peça publicitária, é necessário que os textos sejam acompanhados de imagens que completem o seu sentido, sendo fundamental essa ideia de unidade no processo criativo.
- 64 A paronomásia, que consiste na repetição do mesmo fonema no início, no meio ou no fim de vocábulos próximos, é comum na produção de textos publicitários.
- 65 No texto publicitário, utiliza-se o esquema retórico proposto para o discurso persuasivo por Aristóteles, o qual se divide em quatro partes: exórdio, narração, provas e peroração.

No que diz respeito à linguagem cinematográfica, julgue os itens a seguir.

- 66 Durante a ação narrativa de um filme, a música que faz parte da trilha sonora incidental selecionada para acompanhar uma cena é denominada diegética.
- 67 No roteiro cinematográfico, a sequência é a unidade dramática completa em si mesma, formada por uma série de cenas conectadas por uma única ideia, com início, meio e fim definidos.
- 68 Ponto de virada ocorre quando, em um filme, acontece um incidente que impacta a história e a reverte em outra direção.
- 69 Na linguagem cinematográfica, denomina-se *contra-plongée* o ângulo em que a cena é filmada de cima para baixo, o qual possibilita uma visão centrada no personagem em destaque.
- 70 O plano americano é, entre os planos de câmera, a melhor escolha para ressaltar de forma ampla a imagem de um edifício inteiro, por exemplo.

No que se refere à história da publicidade no Brasil, julgue os itens que se seguem.

- 71 A mensagem publicitária veiculada no início das transmissões por rádio dependia de improvisos do locutor; com o tempo, surgiu o texto de locução gravada, previamente escrito por um redator, um *spot*; depois surgiu a mensagem musicada, o *jingle*.
- 72 O *merchandising* abrange todo o ciclo de vida do produto, desde a adequação de sua imagem nos pontos de venda até o acompanhamento de seu desempenho junto aos consumidores.
- 73 A televisão vem se transformando em um dos setores mais oligopolistas do mundo e está mais comercializada do que jamais esteve.
- 74 A publicidade brasileira adquiriu visibilidade nos anos de 1965, quando a TV chegou ao Brasil.
- 75 A transposição da linguagem radiofônica para a televisiva marcou o surgimento da TV no Brasil, momento em que a publicidade começou a ser compreendida e estudada.

Acerca da relação entre publicidade e novas tecnologias, julgue os itens subsequentes.

- 76 Vista como estratégia experiencial, a tecnologia interativa é um fraco catalisador para interagir profundamente com seus públicos alvos.
- 77 O Instagram e o YouTube são exemplos de mídias tradicionais que estão crescendo exponencialmente, o que é um fator positivo para a publicidade.
- 78 A publicidade apropria-se de novas tecnologias, como, por exemplo, a realidade aumentada, para transmitir a seus consumidores experiências de *marketing*.
- 79 *Big Data* é uma ferramenta de *marketing* digital que integra recursos essenciais para estratégias publicitárias; ela oferece funcionalidades para atrair, converter e se relacionar com o público-alvo, além de permitir a análise dos resultados das ações e campanhas de publicidade.
- 80 Experiências de marca ao vivo são interações bidirecionais entre consumidores e a marca, que podem ser realizadas com sucesso por meio de diversas tecnologias e plataformas interativas.
- 81 O UX (*User Experience*) oferece excelentes interfaces do usuário em *web design* ou aplicativos.

Julgue os itens a seguir, em relação à mídia, ao planejamento e à estratégia de *omnichannel*.

- 82** No plano de comunicação, é necessário distinguir o papel do anunciante e o da agência.
- 83** O trabalho de pesquisa de mídia pode ser classificado como o de um prestador de serviços básicos em um departamento de mídia.
- 84** A estratégia de *omnichannel* assume a interação prática e total de todos os canais para oferecer experiência completa ao consumidor de forma nivelada.
- 85** A estratégia de *omnichannel* é restrita aos canais *online*.

Julgue os próximos itens, relativos às relações públicas.

- 86** As relações públicas são utilizadas para promover produtos, pessoas, lugares, ideias, atividades, organizações e até mesmo nações.
- 87** As relações públicas podem causar impacto positivo sobre a conscientização do público a um custo inferior ao longo da propaganda.

Em relação à gestão organizacional e à elaboração de projetos de relações públicas, julgue os próximos itens.

- 88** A primeira etapa do desenvolvimento de um programa de propaganda é estabelecer a escolha dos canais de comunicação.
- 89** O *briefing* é o documento em que se analisam os resultados finais de uma campanha publicitária.
- 90** O *marketing* itinerante, que consiste em *tours* promocionais que levam as marcas até os consumidores, é um desenvolvimento das relações públicas.

No que se refere à elaboração e gestão de campanhas publicitárias, julgue os itens a seguir.

- 91** Em campanhas publicitárias *omni-channel*, a experiência do usuário deve ser adaptada para cada canal específico, o que pode resultar em variações significativas na percepção da marca entre diferentes plataformas.
- 92** O uso de *storytelling* em campanhas publicitárias é eficaz para criar conexões emocionais com o público-alvo, no entanto ele deve ser evitado em campanhas que visam a públicos B2B, ocasião em que se recomenda a abordagem técnica e objetiva.
- 93** Na elaboração de uma campanha publicitária, a criação de *personas* é essencial para a definição da imagem da marca de forma precisa, permitindo que as mensagens sejam personalizadas e aumentem a eficácia da campanha.
- 94** A utilização de técnicas de *A/B testing* em campanhas publicitárias digitais é crucial para a determinação da melhor abordagem criativa, mesmo que isso signifique investir tempo e recursos adicionais durante a execução da campanha.
- 95** A técnica de *inbound marketing* em campanhas publicitárias digitais envolve a rápida experimentação de estratégias de *marketing* de baixo custo, o que pode gerar resultados significativos a curto prazo, mas normalmente não é sustentável para a construção de uma marca a longo prazo.

Julgue os próximos itens, relativos aos princípios do *endomarketing*.

- 96** No *endomarketing* a visão deve ser de curto prazo com ações também de curto prazo.
- 97** Na comunicação interna, devem ser evitadas discussões sobre questões éticas e valores da empresa, focando-se apenas aspectos operacionais e práticos do dia a dia, de modo a se manter um ambiente de trabalho neutro e profissional.
- 98** Nas ações de *endomarketing*, os colaboradores são tratados como clientes internos, com as mesmas considerações e benevolências que as empresas têm para com os seus clientes externos.
- 99** A função do *endomarketing* é integralizar a noção de cliente aos processos internos da estrutura organizacional para propiciar melhorias substanciais à qualidade de produtos e serviços.
- 100** As atividades do *endomarketing* estão baseadas em vários processos que deverão ser desenvolvidos em uma única fase.
- 101** Nas ações de *endomarketing*, é necessário mostrar claramente aos colaboradores o motivo das mudanças propostas a eles, mas não expor abertamente, na comunicação com o cliente interno, a situação externa da organização.

Em relação a conceitos e técnicas da comunicação pública, julgue os itens subsequentes.

- 102** A comunicação pública jamais deve submeter-se a interesses particulares, eleitorais e de promoção pessoal.
- 103** Na comunicação pública, o Estado tem obrigação de explicar, traduzir, orientar, prestar contas sobre o valor de cada ação pública e garantir a qualidade da interlocução e do acesso do cidadão às informações de seu interesse.
- 104** A comunicação pública trata informação e diálogo como direitos individuais e patrimônio social, bases para o exercício da cidadania.
- 105** A comunicação pública é dever e responsabilidade do cidadão e colabora ativamente para o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade e da transparência.

Com base no disposto na Constituição Federal de 1988 sobre a comunicação social, julgue os itens a seguir.

- 106** Os atos de outorga relativos à prestação do serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverão ser apreciados pelo Poder Executivo.
- 107** Cabe ao Poder Legislativo outorgar e renovar a concessão, permissão e autorização para a prestação do serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens.
- 108** A manifestação do pensamento e a criação, expressão e informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não podem sofrer qualquer restrição, observados os dispositivos constitucionais.
- 109** O cancelamento da permissão para o funcionamento de emissora de rádio antes do prazo de vencimento da permissão independe de decisão judicial, sendo matéria de deliberação do Congresso Nacional.
- 110** O prazo da concessão ou permissão do serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens é de dez anos para as emissoras de rádio e de vinte anos para as emissoras de televisão.
- 111** Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.
- 112** Pelo menos 70% do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens devem pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de cinco anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

- 113** A propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão é permitida a estrangeiros que possuam residência no Brasil.
- 114** A não renovação da concessão ou permissão para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens depende de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação secreta.
- 115** A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.
- 116** A outorga e a renovação de concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens devem atender ao princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.
- 117** Entre outros princípios que devem ser atendidos pela programação de rádio e de televisão, incluem-se a preferência a conteúdos que tenham finalidade educativa, cultural, artística e informativa; a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente; e o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.
-

Com base na Lei n.º 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação, pela administração pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, julgue os itens seguintes.

- 118** As agências de propaganda contratadas para prestar os serviços de publicidade previstos na referida lei devem possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento.
- 119** O certificado de qualificação técnica de funcionamento pode ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos de comunicação, anunciantes e agências.
- 120** Na execução de um contrato de serviço de publicidade, as informações relativas aos nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação devem ser divulgadas pelas emissoras de televisão aberta e pelas emissoras de rádio, em atenção ao princípio da transparência.
-

Espaço livre