

- Cada um dos itens das provas objetivas está vinculado ao comando que imediatamente o antecede. De acordo com o comando a 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.
- Em seu caderno de provas, caso haja item(ns) constituído(s) pela estrutura **Situação hipotética**: ... seguida de **Assertiva**: ..., os dados apresentados como situação hipotética devem ser considerados premissa(s) para o julgamento da assertiva proposta.
- Nos itens que avaliem **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

Os testes econométricos realizados para o estado de São Paulo mostram que a disponibilidade de gás natural teve importância na localização industrial. Tal resultado é corroborado pela avaliação de que seu efeito impacta mais a indústria consumidora intensiva do que a média das indústrias.

Por outro lado, esta análise também está limitada pelo conjunto de variáveis disponíveis para controle. Embora tenham sido incluídas no modelo variáveis fundamentais no processo de localização, é inevitável que haja um grupo de variáveis omitidas. Citam-se, por exemplo, a relação entre os preços dos energéticos, as questões tributárias, a proximidade com pontos de exportação e com outras fontes de insumos importantes.

Essa constatação, por sua vez, não diminui a relevância dos testes produzidos. Ao contrário, se se pode provar que a malha de gasodutos do país serve como fator de atração de atividade econômica, pode-se apontar mais uma possibilidade de atuação do setor público no intuito de garantir um processo de desconcentração econômica mais efetiva no país. A construção de uma malha mais eficiente e abrangente surge, portanto, como um importante desafio a ser considerado no planejamento energético nacional.

Edgar Antonio Perloti *et al.* Concentração espacial da indústria de São Paulo: evidências sobre o papel da disponibilidade de gás natural. *Energia e ambiente*. 30 (87), maio-ago./2016 (com adaptações).

Considerando as ideias veiculadas pelo texto CB1A1-I, julgue os itens a seguir.

- 1 Na conclusão do texto, os autores propõem que a comprovação da atratividade do gás natural para o desenvolvimento econômico sinaliza que investimentos do Estado na rede de distribuição desse gás podem contribuir para a descentralização da produtividade econômica no país.
- 2 Segundo o texto, o fato de a localização da indústria de alto consumo ser a mais afetada pela disponibilidade de gás natural confirma o papel da malha de gasodutos como infraestrutura de incentivo ao desenvolvimento industrial.
- 3 Infere-se do texto que a localização da indústria com menor consumo energético permaneceu imune à oferta de gás natural.
- 4 De acordo com o texto, os testes econométricos realizados no estudo em questão consideraram, em seu modelo, as variáveis atreladas à taxação.

Julgue os itens que se seguem, referentes aos mecanismos de coesão referencial empregados no texto CB1A1-I.

- 5 A expressão “Essa constatação” (início do último parágrafo) retoma o conteúdo do último período do segundo parágrafo.
- 6 No último período do primeiro parágrafo, o pronome “seu” é correferente da expressão “Tal resultado”.

Acerca dos mecanismos de coesão sequencial e temporal empregados no texto CB1A1-I, julgue os seguintes itens.

- 7 No último período do último parágrafo, a substituição do conector “portanto” pela expressão **além disso** manteria a coerência das ideias do texto.
- 8 O tempo verbal empregado na locução “tenham sido incluídas” (segundo período do segundo parágrafo) indica que a ação por ela designada ocorreu no mesmo passado em que foi desenvolvido o estudo comentado no texto.
- 9 As expressões “Por outro lado” (início do segundo parágrafo) e “por sua vez” (primeiro período do último parágrafo) introduzem contrapontos argumentativos.
- 10 No segundo período do último parágrafo, a substituição da locução verbal “pode provar” por **puder provar** manteria a coerência do texto.
- 11 A expressão “Ao contrário” (segundo período do último parágrafo) estabelece uma oposição à ideia de que a limitação imposta pela escolha das variáveis restringe a relevância dos testes.

A respeito do emprego dos sinais de pontuação e do sinal indicativo de crase no texto CB1A1-I, julgue os próximos itens.

- 12 No trecho “seu efeito impacta mais a indústria consumidora intensiva do que a média das indústrias” (final do primeiro parágrafo), seria correto o uso do sinal indicativo de crase no vocábulo “a”, desde que em ambas as suas ocorrências.
- 13 A inserção de uma vírgula imediatamente depois do vocábulo “que” (primeiro período do primeiro parágrafo) manteria a correção gramatical do texto.
- 14 Estaria preservada a correção gramatical do texto caso fosse suprimida a vírgula empregada após o vocábulo “portanto” (último período do último parágrafo).
- 15 No último período do segundo parágrafo, a substituição da vírgula após “exemplo” pelo sinal de dois-pontos não prejudicaria a correção gramatical do texto.

A respeito das relações de subordinação presentes no texto CB1A1-I, julgue os itens subsequentes.

- 16 Sem prejuízo dos sentidos do texto, a expressão “no intuito de” (penúltimo período do último parágrafo) poderia ser substituída por **com o objetivo de**.
- 17 No segundo período do segundo parágrafo, o vocábulo “Embora” introduz oração que se classifica como adverbial consecutiva.

Considerando as relações de concordância verbal estabelecidas no texto CB1A1-I, julgue os próximos itens.

- 18** No segundo período do segundo parágrafo, a supressão do segmento “um grupo de” ensejaria que a forma verbal “haja” fosse flexionada no plural — **hajam** —, para a adequada concordância com o termo “variáveis”.
- 19** Estaria mantida a correção gramatical do texto caso a forma verbal “serve” (segundo período do último parágrafo) fosse flexionada na terceira pessoa do plural — **servem** —, dada a possibilidade de concordância verbal com o termo mais próximo, “gasodutos”.
- 20** A forma verbal que inicia o último período do segundo parágrafo está na voz passiva pronominal e sua flexão na terceira pessoa do plural justifica-se pelo fato de o sujeito ser composto.

Text CB1A2-I

Oppenheimer’s brief advance into astrophysics began with a 1938 paper about neutron stars, which continued in a 1939 installment that further incorporated the principles of Einstein’s general theory of relativity. He then published a third paper on black holes on September 1st, 1939—but at the time, it was scarcely noticed because this was the very day Germany invaded Poland, launching World War II. Oppenheimer never wrote on the topic again.

Even if it hadn’t been overshadowed by war, Oppenheimer’s work on neutron stars and black holes “was not understood to be terribly significant at the time,” says Cathryn Carson, a historian of science at the University of California, Berkeley.

Each paper was written with a different member of the swarm of graduate students that Oppenheimer carefully cultivated. These protégés facilitated his ability to jump between research topics—and ultimately, helped him develop some of his most important contributions to physics.

Oppenheimer’s climactic third paper, written with his student Hartland Snyder, explores the implications of general relativity on the universe’s most massive stars. Although the physicists needed to include some assumptions to simplify the question, they determined that a large enough star would gravitationally collapse indefinitely—and within a finite amount of time, meaning that the objects we now know as black holes could exist.

Internet: <scientificamerican.com> (adapted).

Based on text CB1A2-I, judge the following items.

- 21** Oppenheimer’s paper on black holes received little attention at the time it was published.
- 22** According to Cathryn Carson, Oppenheimer’s work on neutron stars and black holes was meaningless at the time it was developed.
- 23** With the help of his students, Oppenheimer could easily shift from one research topic to another.
- 24** The word “war” (first sentence of the second paragraph) refers to any war.
- 25** Hartland Snyder helped Oppenheimer write his least relevant paper in physics.

Based on the vocabulary and linguistic aspects of text CB1A2-I, judge the following items.

- 26** The pronoun “they” (last sentence of the last paragraph) refers to the word “assumptions”.
- 27** The word “overshadowed” (first sentence of the second paragraph) means, in the context of text CB1A2-I, “made less noticeable”.
- 28** The word “installment” (first sentence of the first paragraph) means, in the context of text CB1A2-I, “to make it ready to use”.
- 29** The word “physicists” means “medical doctors”.
- 30** Graduate students are people studying for a master’s degree or doctorate.

Espaço livre

-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --**BLOCO I**

Considerando a importância da comunicação em uma organização, julgue os itens seguintes.

- 31 A comunicação é um sistema aberto, semelhante à empresa, organizado pelos seguintes componentes: fonte, codificador, canal, mensagem, decodificador e receptor.
- 32 O sistema de comunicação criado e mantido pela organização é essencial para a estrutura e desenvolvimento das ações corporativas.
- 33 Por constituir o poder expressivo da organização, a comunicação é considerada uma função-fim, contribuindo como reforço da economia organizacional.
- 34 As relações de poder independem do ato comunicativo dentro da organização.
- 35 A comunicação, entendida como mediadora de objetivos, é importante para o equilíbrio do microclima interno de uma empresa.

Julgue os itens subsequentes, relativos ao planejamento estratégico, entendido como uma metodologia gerencial capaz de direcionar atividades para resultados eficazes.

- 36 Nas organizações, o elemento que define a avaliação do resultado do planejamento estratégico de comunicação é o retorno sobre o investimento.
- 37 A proposta básica do planejamento estratégico de comunicação está centrada no fortalecimento e na melhoria da imagem institucional.
- 38 São itens focais e norteadores do planejamento estratégico de comunicação: visão, missão, valores e fatores críticos de sucesso da organização.
- 39 Por sua capacidade de identificar as ameaças e oportunidades dos ambientes interno e externo, a análise *SWOT* é um importante elemento na construção do planejamento estratégico de comunicação.
- 40 Controle de ações e avaliação dos resultados fazem parte da terceira etapa de um planejamento estratégico de comunicação.
- 41 A administração estratégica implica mudanças de atitudes — cognitivas, afetivas e comportamentais — das pessoas envolvidas no processo de planejamento estratégico.

No que se refere à gestão de crise nas organizações, julgue os itens a seguir.

- 42 *Releases* para mídia e *intranet*, assim como perfis e fotos dos executivos, estão entre os materiais de comunicação elaborados pela área de comunicação corporativa em parceria com o setor jurídico para serem utilizados como posicionamento da organização em situações de crise.
- 43 A técnica mais adequada a ser utilizada em situações em que o público esteja em conflito com a empresa é permanecer com a comunicação convencional para tranquilizar os ânimos e resguardar a reputação da empresa.
- 44 Emergência consiste em uma situação ampla, que evolui, podendo se tornar uma ameaça para a empresa e seus públicos, ao passo que crise é um incidente que ocorre de forma pontual.
- 45 Comunicação de risco é um conjunto de técnicas desenvolvidas para auxiliar as empresas e seus dirigentes a se comunicarem com o público em situações reais ou potenciais de conflitos de interesses.

Acerca dos fundamentos do *marketing* e das ações de promoção institucional, julgue os itens a seguir.

- 46 O *marketing* envolve a identificação das necessidades humanas e sociais de determinado público e a satisfação dessas necessidades.
- 47 Em um contexto empresarial, o *marketing* prioriza a geração de valor para quem consumirá os produtos, em detrimento dos demais *stakeholders* da organização.
- 48 De acordo com os fundamentos do *marketing*, as limitações de mercado estão relacionadas à falta de desejos de compra dos consumidores.
- 49 A propaganda institucional tem o propósito de obter a preferência e a fidelidade dos clientes a longo prazo.
- 50 A promoção de vendas é uma ferramenta utilizada pelas empresas para instigar as vendas de produtos a médio prazo.

No que diz respeito ao *marketing* digital, julgue os seguintes itens.

- 51 Se uma empresa de transporte aéreo criar condições tecnológicas para propiciar a seus passageiros a opção de, durante o voo, postar uma fotografia nas redes sociais, esse procedimento será considerado uma campanha de *marketing* digital.
- 52 O amplo acesso à Internet proporciona aos consumidores um arcabouço de informações que impossibilita a obtenção de dados verídicos e confiáveis a respeito das marcas.
- 53 Os aplicativos de troca de mensagens instantâneas usados para depoimentos sobre sucesso no uso de produto são os meios mais populares de participação em redes sociais, os quais geram resultados para o *marketing* digital e possibilitam influenciar o comportamento dos consumidores.
- 54 *Market makers*, ou criadores de mercados, são intermediários que realizam a integração entre compradores e vendedores e fortalecem as relações comerciais em *sites* B2B (*bussiness to bussiness*).
- 55 SEO (*search engine optimization*) é uma técnica que possibilita que uma marca e seus produtos, mediante pagamento para empresas proprietárias de *sites* de busca, apareçam nos resultados de pesquisa desses *sites*.
- 56 O *outbound marketing* é uma ferramenta de *marketing* digital que segue uma sequência lógica de etapas com o objetivo de promover atração para determinada empresa ou marca.

Em relação aos conceitos de *namings* e *brandings*, julgue os itens subsequentes.

- 57 No processo de *namings*, utiliza-se a técnica de *brainstorming*, que permite a participação e a contribuição de pessoas com conhecimento específico de variadas áreas.
- 58 Fisicalidade é um atributo a ser considerado no processo de *namings* para marcas de empresas ou produtos.
- 59 O critério “posicionamento” define a autenticidade da marca do produto, com o objetivo de favorecer a decisão de compra do cliente.
- 60 A identidade da marca gera um vínculo com o consumidor, que culmina no fortalecimento do posicionamento da marca.



Considerando o diagrama precedente, com elementos da anatomia do tipo e das letras, julgue os itens a seguir.

- 61 A altura do conjunto das três linhas apresentadas no diagrama corresponde à medida que define o corpo do tipo.
- 62 As quatro últimas letras do texto apresentado no diagrama encontram-se na variação formal tipográfica denominada versalete.
- 63 A altura da linha do meio apresentada no diagrama corresponde à altura da versal.

Julgue os itens seguintes, relativos à diagramação de textos e a leiaute.

- 64 No *design* de textos para a tela da televisão, convém evitar o uso de linhas muito finas ou mesmo fontes com serifas muito delgadas e letras aglomeradas.
- 65 Leiturabilidade diz respeito à facilidade com que uma letra pode ser distinguida de outra, estando diretamente relacionada ao desenho e ao *design* de uma fonte tipográfica.
- 66 O texto justificado é mais econômico que o texto composto alinhado à esquerda.

A respeito de história da arte, julgue os próximos itens.

- 67 Dadaísmo, cubismo, neoplasticismo e surrealismo são movimentos artísticos importantes da primeira metade do século XX.
- 68 No neoclassicismo, os artistas utilizavam pequenos pontos de cor pura, ao invés das pinceladas tradicionais, e, também, utilizavam cores opostas no círculo cromático, a fim de criar elevados contraste e luminosidade.

Em relação aos meios digitais de criação e produção gráfica, julgue os itens que se seguem.

- 69 Os projetos gráficos para meios de reprodução impressa e para a *web* assemelham-se pelo modo linear de leitura e visualização.
- 70 Eletrofotografia, litografia digital e jato de tinta são meios de impressão digital.

BLOCO II

No que se refere aos meios de divulgação, às responsabilidades do assessor de imprensa e à gestão de crise, julgue os itens a seguir.

- 71 Os artigos divulgados pela assessoria de imprensa, cujo conteúdo varia entre opinativo e interpretativo, acerca de um assunto de interesse do público, podem redundar em bom retorno institucional.
- 72 Na gestão de crise, recomenda-se que uma informação negativa seja divulgada pela própria organização, com um pedido honesto de desculpas, em vez de ser difundida por críticos.
- 73 Compete ao assessor de imprensa acompanhar as entrevistas de seu assessorado ou dos membros da organização a que presta assessoria, podendo ele interferir a todo momento durante a entrevista.

No que concerne ao jornalismo no meio televisivo e à ética no jornalismo, julgue os itens a seguir.

- 74 A conduta ética de um jornalista deve primar pela verdade, sendo-lhe, contudo, facultado o direito de resistir ou ceder a pressões que possam desviá-lo da realidade dos fatos.
- 75 O texto jornalístico de televisão requer o emprego da linguagem coloquial dada a diversidade de público alcançada, por isso é indicado livremente o uso de gírias e chavões.

A respeito de campanha publicitária e da linguagem publicitária, julgue os itens seguintes.

- 76 Empresas devem evitar campanhas publicitárias que chamem atenção mais para si mesmas do que para o produto anunciado.
- 77 Na redação publicitária para rádio, TV, cinema e redes sociais, dado o problema da exiguidade do tempo e do espaço disponíveis, é necessário escolher bem as palavras, optar por frases curtas e evitar redundância de imagem e(ou) som.
- 78 Por ser fruto de atividade humana, a propaganda reflete os conceitos estéticos e morais da sociedade de determinada época, sendo ideal que haja uma orquestração dos costumes sociais com as propostas vendidas pela publicidade.
- 79 Na publicidade, deve-se evitar suscitar assuntos polêmicos e estimular controvérsias, pois isso pode provocar o afastamento dos clientes.
- 80 Com o propósito de conferir credibilidade à mensagem publicitária, não se devem utilizar pessoas ou estatísticas como recursos para validar a ideia que se pretende transmitir.

Considerando os princípios do *endomarketing* e de gestão estratégica da comunicação organizacional, julgue os itens subsequentes.

- 81 A comunicação interna abrange a comunicação entre funcionários e chefia, incluídas a chefia direta (coordenadores de área, supervisores e gerentes), indireta (diretores e presidente), e a comunicação com os jornalistas.
- 82 A comunicação interna deve buscar desenvolver um clima organizacional franco, honesto e positivo entre os funcionários, entretanto, em situações de crise, essa estratégia é ineficaz e não gera benefícios para a empresa.
- 83 A elaboração do plano de comunicação interna, consoante uma visão estratégica e a partir de dados de pesquisa do público-alvo, pressupõe desenvolver a *intranet*, criar campanhas de *endomarketing* para envolver os colaboradores, publicar um boletim ou *house organ* e promover eventos, entre outras ações.
- 84 A promoção de um concurso interno de receitas culinárias atenderia a objetivos de gestão estratégica da comunicação interna.
- 85 As campanhas externas da organização não fazem parte das estratégias de divulgação da comunicação interna.

BLOCO III

Com relação às teorias da comunicação e à comunicação na cultura contemporânea, julgue os próximos itens.

- 86 Para que participe, ampla e efetivamente, da sociedade contemporânea, o indivíduo necessita aprender a dominar diferentes repertórios comunicativos, sobretudo as linguagens icônicas dos sistemas digitais.
- 87 Theodor Adorno e Max Horkheimer cunharam o termo “indústria cultural”, que designa um processo que resultou, entre outros fatores, em uma mercantilização da cultura.
- 88 Segundo Marshall McLuhan, os meios de comunicação e a tecnologia podem ser entendidos como extensões do corpo físico e dos sentidos humanos.

Acerca da história e das características do rádio como meio de comunicação tradicional de *broadcasting*, julgue os seguintes itens.

- 89** Atualmente, existem múltiplas modalidades de rádio: rádio de antena ou hertziano e rádio *online* e suas submodalidades: rádio na *web*, *webradio* e práticas de *podcasting*.
- 90** Entre as condicionantes do rádio está a instantaneidade da informação.

No que diz respeito às transformações digitais e tecnológicas e a seus impactos na comunicação contemporânea, julgue os itens a seguir.

- 91** O que caracteriza a cultura da convergência é exclusivamente a convergência das tecnologias, que atualmente agregam, em somente um aparelho, funções anteriormente realizadas por diversos dispositivos.
- 92** A alfabetização midiática e informacional (AMI) é um conjunto de conhecimentos e práticas que permitem disseminar informações e produtos midiáticos de forma criativa, legal e com base ética.

Com base na Lei n.º 9.610/1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais, julgue os itens seguintes.

- 93** Autor é a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica.
- 94** As obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia não são consideradas obras intelectuais.
- 95** É denominada obra pseudônima aquela que não indica nenhum nome de autoria.

Considerando a Instrução Normativa n.º 1/2017 da Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM), que dispõe acerca da conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo federal, julgue os itens a seguir.

- 96** Considera-se patrocínio a ação de comunicação que busca, por exemplo, agregar valor à marca, gerar identificação, estreitar relacionamento com públicos de interesse, divulgar programas e políticas de atuação por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou da entidade do Poder Executivo federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.
- 97** Publicidade é definida como a forma direta de divulgação de informações, por meio de ações exclusivas de comunicação de não-mídia, desenvolvidas e custeadas por anunciante ou não do Poder Executivo federal.

Julgue o seguinte item de acordo com a Instrução Normativa n.º 2/2019 da SECOM, que disciplina o patrocínio dos órgãos e das entidades do Poder Executivo federal.

- 98** A seleção de projetos de patrocínio pode ocorrer na modalidade de seleção pública ou de escolha direta.

No que diz respeito à Lei n.º 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais — LGPD) e à Lei n.º 13.303/2016 (Lei das Estatais), julgue os itens seguintes.

- 99** Sociedade de economia mista tem personalidade jurídica de direito público e é criada mediante autorização por lei, sob a forma de sociedade limitada.
- 100** Entre os fundamentos que a LGPD prevê para a proteção de dados pessoais, estão o respeito à privacidade e a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem.

Espaço livre