

**CONCURSO PÚBLICO
NÍVEL SUPERIOR**

Caderno A

**CARGO 5
TÉCNICO EM
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

MANHÃ

Aplicação: 14/5/2006

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1** Ao receber este caderno, confira atentamente se o tipo de caderno — Caderno A — coincide com o que está registrado em sua folha de respostas. Em seguida, verifique se ele contém cento e vinte itens, correspondentes às provas objetivas, corretamente ordenados de 1 a 120.
- 2** Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 3** Recomenda-se não marcar ao acaso: em cada item, se a resposta divergir do gabarito oficial definitivo, o candidato receberá pontuação negativa, conforme consta em edital.
- 4** Não utilize lápis, lapiseira, borracha e(ou) qualquer material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE/UnB.
- 5** Não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do chefe de sala.
- 6** A duração das provas é de **três horas e trinta minutos**, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas — e ao preenchimento da folha de respostas.
- 7** Você deverá permanecer obrigatoriamente em sala por, no mínimo, uma hora após o início das provas.
- 8** Ao terminar as provas, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe a sua folha de respostas e deixe o local de provas.
- 9** A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno ou na folha de respostas poderá implicar a anulação das suas provas.

AGENDA

- I 16/5/2006**, após as 19 h (horário de Brasília) – Gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas: Internet — www.cespe.unb.br/concursos/mi2006.
- II 17 e 18/5/2006** – Recursos (provas objetivas): exclusivamente no Sistema Eletrônico de Interposição de Recurso, Internet — www.cespe.unb.br/concursos/mi2006, mediante instruções e formulários que estarão disponíveis nesse endereço.
- III 20/6/2006** – Resultados finais das provas objetivas e do concurso: Diário Oficial da União e Internet — www.cespe.unb.br/concursos/mi2006.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o item 10 do Edital n.º 1/2006 – MI, de 16/3/2006.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet — www.cespe.unb.br/concursos/mi2006.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

ITEM	RESPOSTA																
1	C E	16	C E	31	C E	46	C E	61	C E	76	C E	91	C E	106	C E		
2	C E	17	C E	32	C E	47	C E	62	C E	77	C E	92	C E	107	C E		
3	C E	18	C E	33	C E	48	C E	63	C E	78	C E	93	C E	108	C E		
4	C E	19	C E	34	C E	49	C E	64	C E	79	C E	94	C E	109	C E		
5	C E	20	C E	35	C E	50	C E	65	C E	80	C E	95	C E	110	C E		
6	C E	21	C E	36	C E	51	C E	66	C E	81	C E	96	C E	111	C E		
7	C E	22	C E	37	C E	52	C E	67	C E	82	C E	97	C E	112	C E		
8	C E	23	C E	38	C E	53	C E	68	C E	83	C E	98	C E	113	C E		
9	C E	24	C E	39	C E	54	C E	69	C E	84	C E	99	C E	114	C E		
10	C E	25	C E	40	C E	55	C E	70	C E	85	C E	100	C E	115	C E		
11	C E	26	C E	41	C E	56	C E	71	C E	86	C E	101	C E	116	C E		
12	C E	27	C E	42	C E	57	C E	72	C E	87	C E	102	C E	117	C E		
13	C E	28	C E	43	C E	58	C E	73	C E	88	C E	103	C E	118	C E		
14	C E	29	C E	44	C E	59	C E	74	C E	89	C E	104	C E	119	C E		
15	C E	30	C E	45	C E	60	C E	75	C E	90	C E	105	C E	120	C E		

- De acordo com o comando a que cada um dos itens de 1 a 120 se refira, 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, caso deseje, o rascunho acima e, posteriormente, a **folha de respostas**, único documento válido para a correção das suas provas.
- Nos itens que avaliam **Noções de Informática**, a menos que seja explicitamente informado o contrário, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão, em português, que o *mouse* está configurado para pessoas destros e que expressões como clicar, clique simples e clique duplo referem-se a cliques com o botão esquerdo do *mouse*. Considere também que não há restrições de proteção, de funcionamento nem de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios e equipamentos mencionados.

CONHECIMENTOS BÁSICOS

1 A internacionalização da cultura não é um fato inédito na história da humanidade. O fenômeno manifestou-se no império de Alexandre Magno, quando a cultura grega impôs-se; no Império Romano, em que o latim e o grego se generalizaram; no decorrer da Idade Média, unificada pelo uso do latim e por uma religião comum; finalmente, na época das grandes navegações ibéricas, quando o uso do português e do castelhano ligou os diversos continentes. Essa internacionalização conheceu novos impulsos, desde o século XVII, com a entrada em cena de outros atores, tais como a Holanda, a França e a Inglaterra. Mas foi a partir do século XIX que a expansão mundial do capitalismo deu origem à consciência de que uma cultura mundial estava verdadeiramente em via de surgir.

Sérgio Paulo Rouanet. *Do fim da cultura ao fim do livro*. In: Eduardo Portella (Org.). *Reflexões sobre os caminhos do livro*. São Paulo: UNESCO/Moderna, 2003, p. 63 (com adaptações).

Em relação ao texto acima, julgue os itens a seguir.

- De acordo com os sentidos do texto, a internacionalização da cultura vem ocorrendo ao longo da história da humanidade, mas a consciência de que uma cultura mundial estava surgindo consolidou-se no século XIX, com a expansão do capitalismo.
- A substituição de “impôs-se” (l.4) por **foi imposta** mantém a correção gramatical do período.
- Em “se generalizaram” (l.5), o termo “se” indica que o sujeito da oração é indeterminado.
- Na linha 8, a forma verbal “ligou” está no singular para concordar com “português”.
- Em “consciência de que” (l.13), o emprego da preposição “de” é decorrente da regência de “consciência”.

1 É difícil fazer um inventário completo do que devemos aos livros. Nossa educação individual baseou-se em alguns livros — que se tornaram nossos educadores, muitas vezes, permanentes, nossos textos de referência —, assim como em dicionários, enciclopédias, códigos, escrituras sagradas e clássicos. Se refletirmos sobre essa lista de obras, encontraremos não só nossa biografia intelectual individual, mas também a espinha dorsal da cultura moderna. Falamos, geralmente, das religiões do livro para designar o judaísmo, o cristianismo e o islamismo. No entanto, quando falamos de uma civilização do livro, estamos referindo-nos a toda a cultura moderna, aliás, a partir da época em que o livro, no sentido moderno da palavra, ainda não existia.

Gianni Vattimo. *Livro e liberdade*. In: Eduardo Portella (Org.). *Op. cit.*, p. 89 (com adaptações).

Com base no texto acima, julgue os itens que se seguem.

- Mantém-se a correção gramatical do período com a substituição de “do” (l.1) por **daquilo**.
- A redação **foi baseada** em substituição a “baseou-se” (l.2) prejudica a correção gramatical do período.
- Em “se tornaram” (l.3) e em “Se refletirmos” (l.6), os termos sublinhados têm a mesma função sintática.
- A expressão “espinha dorsal” (l.8) tem, no texto, sentido figurado ou conotativo e significa **eixo central**.
- O termo “No entanto” (l.10) pode, sem prejuízo para a correção gramatical do período, ser substituído por qualquer um dos seguintes: **Entretanto**, **Porém**, **Contanto que**, **Conquanto**.

1 A “era informacional” não é inimiga do livro; pelo
2 contrário, dispõe da tecnologia para universalizá-lo,
3 democratizá-lo. A tecnologia da informação é, mais do que
4 qualquer outra, a que garante a “reprodutividade técnica” da
5 palavra escrita, do som falado, da imagem ilustrada,
6 separadamente e sob a forma sintética. Existem os que
7 preferirão ler uma peça de Shakespeare, impressa em papel
8 de primeira qualidade, os que estarão mais interessados em
9 assistir a um vídeo rodado em Londres, no Globe Theater, e,
10 ainda, os que escolherão ouvir a voz de Sir Laurence Olivier,
11 procedendo à leitura simultânea do texto. Mas pode haver
12 também aqueles que desejam a síntese de tudo isso em um
13 CD-ROM, tecnicamente perfeito, em que os seus sentidos
14 estarão ativados: os olhos, os ouvidos e a mente. De minha
15 parte, prefiro levar o Rei Lear para a cama, no exemplar
16 encadernado em couro perfumado que herdei de minha avó
materna.

Bárbara Freitag. *Era informacional e uso do livro.*
In: Eduardo Portella (Org.). *Op. cit.*, p. 139 (com adaptações).

Considerando o texto acima, julgue os itens subsequentes.

- 11 A forma verbal “dispõe” (l.2) está no singular para concordar com “inimiga do livro” (l.1).
- 12 As vírgulas após “contrário” e após “universalizá-lo”, ambas na linha 2, têm a mesma justificativa gramatical.
- 13 As vírgulas após “é” (l.3) e após “outra” (l.4) isolam adjunto adverbial deslocado e intercalado.
- 14 A substituição de “aqueles” (l.12) por os mantém a correção gramatical do período e as informações originais do texto.
- 15 O último período, caracterizado pela subjetividade e pessoalidade, mostra-se inadequado para compor um documento de correspondência oficial.



O Word é um *software* editor de textos que faz parte do pacote de aplicativos denominado Office. Acerca do Word 2002 e considerando a figura acima, julgue os itens subsequentes.

- 16 No Word 2002, com a ferramenta disponibilizada ao se clicar o botão , pode-se aplicar formatação de texto e alguma formatação gráfica básica, como bordas e preenchimentos, em um documento em edição.
- 17 Considerando que todos os relatórios criados no Ministério da Integração Nacional possuam um formato padrão de fonte, para se definir uma nova fonte padrão para todos esses relatórios já editados no Word 2002, é suficiente selecionar o tipo de fonte desejado no campo e teclar .

- 18 Considere que o departamento de comunicação social do Ministério da Integração Nacional publique notícias periodicamente e que se utilize o Word para editar essas notícias. Nessa situação, caso se deseje formatar o texto em coluna, é possível fazê-lo por meio da ferramenta correspondente ao botão .

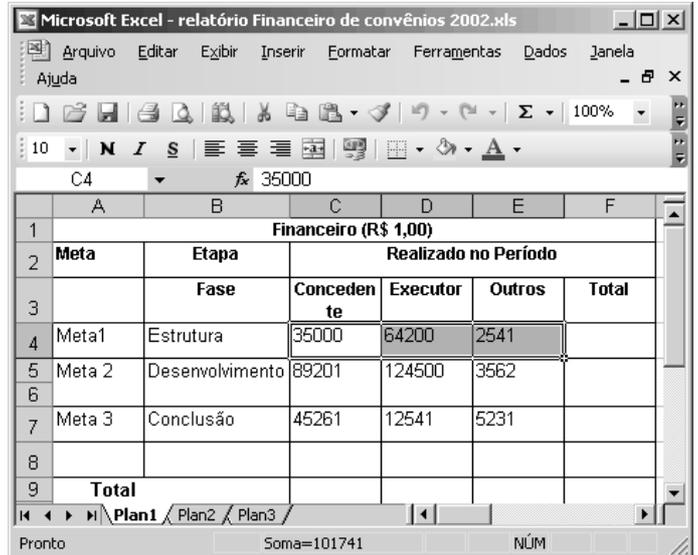


Considerando a figura acima, em execução em um computador com Windows XP instalado, julgue os itens a seguir.

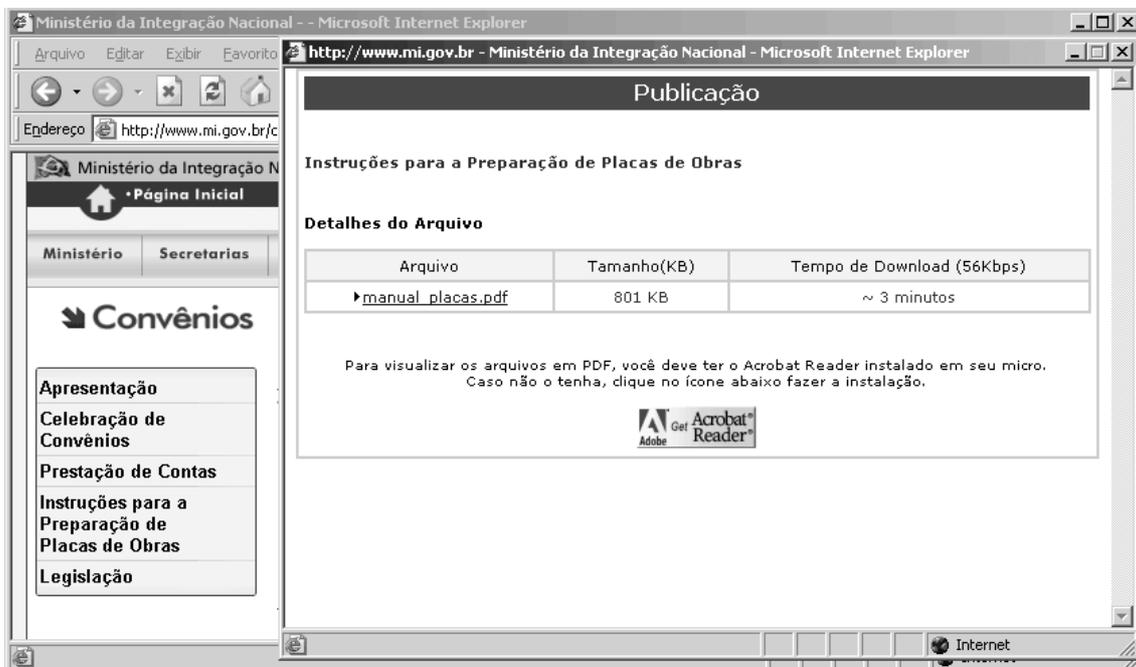
- 19 A opção  permite executar, instalar e desinstalar programas no computador, garantindo a perfeita execução desses programas.
- 20 A opção  permite que o usuário navegue em diversos tópicos de ajuda e solicite assistência para executar tarefas no Windows XP.
- 21 Para que se organizem pastas e arquivos no Windows, utiliza-se recurso encontrado em , por meio do qual se pode criar pastas e subpastas, bem como transferir arquivos entre as mesmas.
- 22 Por meio de funcionalidades acessíveis ao se clicar a opção , é possível verificar o *status* da impressora, excluir documentos em impressão e dar uma pausa na impressão.

Considerando a figura ao lado, que contém uma planilha com um relatório de execução físico-financeira de prestação de contas de convênios, julgue os itens seguintes, acerca do Excel 2002.

- 23 Para se eliminar a quebra da palavra **Concedente** na célula C3, a altura da linha deverá ser ampliada.
- 24 Para se totalizar o realizado no período da “Meta1”, é suficiente selecionar as células C4, D4 e E4 e, a seguir, clicar .
- 25 Para se colocar os dados numéricos no formato moeda, é suficiente selecionar os referidos dados e clicar  ou realizar a seguinte seqüência de ações: selecionar os dados; clicar o menu **Formatar**; na lista disponibilizada, clicar em Células; em seguida, na janela aberta em decorrência dessa ação, na guia Número, clicar a opção Moeda e, finalmente, clicar OK.



	A	B	C	D	E	F
1	Financeiro (R\$ 1,00)					
2	Meta	Etapa	Realizado no Período			
3		Fase	Concedente	Executor	Outros	Total
4	Meta1	Estrutura	35000	64200	2541	
5	Meta 2	Desenvolvimento	89201	124500	3562	
6						
7	Meta 3	Conclusão	45261	12541	5231	
8						
9	Total					



A figura acima ilustra uma janela do Internet Explorer 6 (IE6) que contém uma página web reproduzida do sítio www.mi.gov.br. Considerando essa janela, julgue os próximos itens.

- 26 Ao se clicar [manual_placas.pdf](#), é possível que seja apresentada uma janela para se realizar o *download* de um arquivo, em que se pode informar o local em que o arquivo será salvo.
- 27 O tamanho “801 KB” indicado na figura refere-se ao espaço máximo que o usuário deverá possuir em disco para copiar o arquivo da Internet. 
- 28 Ao se clicar , o IE6 será fechado e será verificada a existência de problemas na conexão com a Internet.
- 29 Arquivos copiados da Internet podem ser anexados a uma mensagem de correio eletrônico por meio do botão Anexar arquivo à mensagem do Outlook Express 6.
- 30 Para se acessar o sítio citado e se enviar mensagem de correio eletrônico com maior segurança, o computador deve estar equipado com os programas TCP/IP ou ADSL.

Quando meu foco preferido era a América Latina, há 20 anos, pouco mais, pouco menos, vender aos editores material sobre a Bolívia dependia do número de mortos. Menos de dez, saía no rodapé. Nos últimos dias, ninguém morreu, ninguém matou, mas a Bolívia é manchete de todos os jornais brasileiros de primeira linha e ocupa vastíssimo tempo na TV, nas rádios e nos *online*. Fora a quantidade de páginas internas — de fazer inveja à morte do papa.

Para o Brasil, a esquina de sua casa é a América Latina, gostemos ou não. Se o Brasil quer — e é lógico que queira, pelo tamanho da economia, do território e da população — um papel de liderança na região, ou começa a entendê-la, ou será eternamente surpreendido pela sua esquina.

Clóvis Rossi. *O vizinho desconhecido*. In: *Folha de S.Paulo*, 6/5/2006, p. A2 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência inicial e considerando o atual cenário latino-americano, julgue os itens que se seguem.

- 31 A atual política externa brasileira segue as linhas mestras da ação diplomática do governo anterior ao privilegiar o relacionamento com os países mais ricos e ao deixar de lado seus vizinhos do continente.
- 32 Infere-se do texto que, de maneira geral, os brasileiros demonstram pouco interesse no conhecimento de seus vizinhos latino-americanos, algo que, na opinião do autor, não é bom para o país.
- 33 O fato de a Bolívia ter sido alçada às manchetes dos meios de comunicação brasileiros, na atualidade, deve-se à decisão de seu governo em nacionalizar suas riquezas naturais e, com isso, atingir os interesses da PETROBRAS.
- 34 O atual governo boliviano, chefiado por Hugo Chávez, um líder carismático de forte apelo popular, mostra-se receptivo aos investimentos estrangeiros no país, desde que monitorados pelas autoridades locais.
- 35 Apesar de possuir riquezas minerais de grande valor no mercado mundial, a Bolívia, historicamente, não conseguiu que os frutos da exploração dessas riquezas fossem partilhados pelo conjunto da população, a qual, majoritariamente, padece de precárias condições de vida.
- 36 A Bolívia dispõe de grandes reservas de gás natural, produto que muito interessa ao Brasil e que é uma das principais razões para que a maior empresa brasileira atue em território boliviano.
- 37 Há consenso de que a decisão do governo boliviano de determinar a ocupação militar de instalações industriais estrangeiras em seu território fortalece a integração energética sul-americana e, indiretamente, acaba por tornar mais forte o próprio MERCOSUL.
- 38 Deduz-se do texto que, no passado não muito distante, a Bolívia suscitava algum tipo de interesse na imprensa brasileira quando alguma tragédia — a exemplo de golpe de Estado com muitas vítimas — se abatia sobre o país andino.
- 39 O texto permite concluir que, nos dias atuais, temas econômicos conferem importância secundária às relações internacionais, o que se mostra paradoxal em face do caráter global da economia contemporânea.
- 40 Infere-se do texto que, provavelmente devido à perda da importância relativa da religião no contexto da civilização contemporânea, um acontecimento como o falecimento do papa, a exemplo do ocorrido com João Paulo II, não mais chame a atenção dos meios de comunicação como no passado.

O Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal estabelece, entre os deveres fundamentais dos que exercem função ou emprego público, a obrigação de exercer suas atribuições com rapidez, perfeição e rendimento, pondo fim ou procurando prioritariamente resolver situações procrastinatórias, principalmente diante de filas ou de qualquer outra espécie de atraso na prestação dos serviços pelo setor em que exerça suas atribuições, com o fim de evitar dano moral ao usuário. Além disso, exige desse servidor ser probo, reto, leal e justo, demonstrando toda a integridade de seu caráter, escolhendo sempre, quando estiver diante de duas opções, a melhor e a mais vantajosa para o bem comum.

Considerando esses e outros dispositivos do Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, julgue os itens seguintes.

- 41 O código pressupõe que a posse de determinados atributos morais seja condição essencial para o exercício de funções públicas, exigência que não elimina, contudo, a competência profissional e o zelo no desempenho de seu trabalho.
- 42 Tomar decisões é prerrogativa de superiores hierárquicos, sobre os quais recai a responsabilidade por atos e atitudes que, de alguma forma, possam lesar o interesse público e macular a imagem do órgão público em que se atua.
- 43 Retardar uma decisão é atitude legítima, diz o código, porque, muitas vezes, a procrastinação é a forma mais adequada para se chegar a um resultado satisfatório para o servidor, o órgão no qual trabalha e o próprio cidadão.
- 44 Ainda que de maneira sutil, o código distingue servidor de carreira e ocupante de cargos de confiança, de modo que, sobre o primeiro, recaem exigências de conduta ética que não podem ser legalmente feitas ao segundo.
- 45 Transparece no código a idéia segundo a qual é indissociável a conduta pessoal e profissional do servidor e a imagem da administração pública, de modo que a honorabilidade dos serviços públicos não pode prescindir da ação moral e eticamente inatacável de quem neles atua.
- 46 À luz do código, saber distinguir entre o bem e o mal é, em suma, tudo o que se exige em termos éticos do servidor público, independentemente de cargos e funções que exerça ou venha a exercer.
- 47 Em se tratando da conduta do servidor público, manter o equilíbrio entre a legalidade e a finalidade é o que poderá conferir ao ato administrativo a moralidade incontestável que dele se espera.
- 48 Entre os principais deveres de um servidor público está a prestação de contas no tempo certo, prática que o código considera condição essencial para a adequada gestão dos bens, direitos e serviços da coletividade a seu cargo.
- 49 O código reitera o dispositivo constitucional segundo o qual o servidor público considerará a primazia do que seja justo ou injusto sobre o que seja honesto e desonesto no momento de tomar uma decisão.
- 50 Quando no exercício do direito de greve, o servidor público deve zelar pelas exigências específicas da defesa da vida e da segurança coletiva.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com o triunfo do *grande*, deixaram de existir os lugares que facilitavam a formação, por meio do diálogo, da opinião pública: em lugar da sala de reuniões, temos a televisão; as associações e os partidos são dirigidos por oligarquias; os espaços da formação da opinião pública não são autogovernados, mas administrados por potentes burocracias.

Nicola Matteuci. *Opinião pública*. In: Norberto Bobbio, Nicola Matteuci e Gianfranco Pasquino. *Dicionário de política*, 2.ª ed., p. 845 (com adaptações).

Considerando o texto acima como referência inicial, julgue os itens subseqüentes, acerca das causas do desaparecimento dos espaços propícios à formação da opinião pública.

- 51 Segundo o texto, a mídia de massa, em razão da sua configuração básica, contribuiu decisivamente para o desaparecimento da opinião pública. Alguns autores afirmam que as novas tecnologias de comunicação poderão contribuir para a mudança desse quadro, graças à natureza e pluralidade de suas configurações.
- 52 O autor afirma que as burocracias de governo comandam os meios de comunicação, o que é feito por meio do controle da publicidade legal.
- 53 Pode-se inferir do texto acima que, nas sociedades contemporâneas, o desaparecimento da opinião pública deve-se também ao aumento do número de assessorias de comunicação em todos os segmentos da sociedade, em especial nos órgãos públicos.
- 54 No texto em apreço, afirma-se que, nas sociedades contemporâneas, a formação da imagem institucional pela opinião pública só pode ser revelada por meio de pesquisas de opinião rigorosas e confiáveis.
- 55 De acordo com o texto, o papel do assessor de comunicação em uma instituição pública é trabalhar os meios de comunicação de modo que, no lugar de reuniões, seja usada a teleconferência.

De acordo com os critérios de regulamentação das técnicas e práticas da atividade de comunicação social, julgue os itens que se seguem.

- 56 Aprovado em congresso nacional dos jornalistas, o Código de Ética do Jornalista é o texto normativo da profissão no Brasil e trata da atuação do jornalista nas suas relações com as fontes de informação, os colegas de profissão e a comunidade.
- 57 A organização das rádios em redes aumenta a competitividade entre emissoras, mas gera aumento de custos em tecnologia, o que, diante da necessidade de serem mantidos os lucros, resulta em pobreza de conteúdo e homogeneização da linguagem e da programação.
- 58 Para os órgãos e organizações públicos, o conhecimento da programação e operação das rádios para divulgação de suas ações é fundamental, considerados a amplitude de sua audiência e os efeitos que provoca junto aos seus receptores, um deles a grande capacidade de mobilização.
- 59 A televisão, mais que o cinema, utiliza a publicidade, que pode ser explícita, como nos anúncios comerciais, ou encoberta, como no que se convencionou chamar de *merchandising*.
- 60 Usado pelas assessorias de imprensa e comunicação, o *release* transformou-se em uma das principais fontes de informação e notícia das redações jornalísticas. Em sua versão impressa, deve estar contido em uma lauda no tamanho A4, com tamanho padrão de 30 linhas, e conter todas as indicações para obtenção de informações adicionais.

- 61 O DTP (*desktop publishing*), atualmente o recurso de editoração mais usado, é um agrupamento de programas que retira de cena o *layoutman* convencional, pois integra os trabalhos de imagem e texto, de forma a tornar o computador uma estação de editoração eletrônica que envia leiaute final diretamente às máquinas impressoras.

Acerca de processos de produção da notícia, critérios de seleção, estrutura de texto, funções da atividade jornalística, técnicas de produção e redação de matérias e textos jornalísticos, julgue os itens a seguir.

- 62 O texto em televisão tem como orientação o pressuposto de que ouvir exige mais paciência que ver, pois é difícil acompanhar, apenas ouvindo, uma história contada de forma monótona ou rica demais em detalhes.
- 63 No jornalismo impresso, clichê é o nome que se dá a expressões muito usadas, lugares-comuns que acabam por ser usados mecanicamente, sem qualquer originalidade. Tais expressões dão uma conotação de texto pobre, sem originalidade.
- 64 As notícias de interesse geral relevantes, ou os fatos novos, circulam amplamente nas rádios e tevês, mas o jornalismo impresso moderno não lhes dedica muito do seu espaço e raramente elas aparecem em documentários ou reportagens especiais.
- 65 Como técnica de redação de jornalismo impresso, o *lead* deve sempre procurar o inusitado, trazendo um tom emocional para a matéria, caso contrário pode desinteressar o leitor já no início da matéria e fazê-lo desistir da leitura.
- 66 Em livros e peças publicitárias, os profissionais preferem usar fontes ou caracteres sem serifas, uma vez que estas, em textos com corpo menor, são menos toleradas e tornam a leitura mais cansativa.
- 67 Os textos ou *scripts* de publicidade em televisão são chamados de roteiros curtos. O grau de especialização na publicidade televisiva é elevado e seus produtores e profissionais são altamente sofisticados.
- 68 As redações das rádios, com a complexidade e as diversas possibilidades resultantes do progresso tecnológico, estão mais aptas a fazerem coberturas de grande credibilidade porque suas equipes são reforçadas por um número maior de profissionais.
- 69 A informatização facilitou a existência do estilo *all news* na rádio brasileira, gênero que determina um uso mais formal de linguagem e requer uma apuração rigorosa da notícia, que limita a participação do jornalista e exige um esforço maior de controle dos textos.
- 70 A impressão digital é a melhor forma de imprimir peças gráficas em cores porque elimina o problema das provas e atende às exigências da propaganda personalizada, como a confecção de publicações internas.

Do ponto de vista das ações de uma assessoria de comunicação, considerando o planejamento de ações diversas de comunicação e promoção institucional, julgue os itens que se seguem.

- 71 Assuntos de ciência e tecnologia são material jornalístico cada vez mais freqüente. Uma das principais razões é a crescente aplicação de ambas na vida cotidiana. Por exemplo, as descobertas na área médica implicam a criação de novos serviços e a oferta de novos recursos técnicos e de novas drogas e tratamentos que devem ser divulgados ao público. Todas essas informações são objeto de pauta da reportagem especializada.
- 72 O jornalismo brasileiro moderno tende a usar cada vez mais os *press releases* enviados por assessorias de comunicação como base para a pauta de suas edições.
- 73 Jornais, revistas e tablóides chamam de circulação paga o produto total de uma edição colocada nas bancas e entregue aos assinantes, incluindo-se aí o que foi entregue a autoridades, bibliotecas ou escolas.
- 74 A promoção de evento é a realização de uma ação de comunicação com o objetivo de promover um produto, serviço, idéia ou iniciativa. Pode ser um patrocínio, apoio ou mesmo a realização de uma ou mais ações, como festivais, campeonatos e congressos, entre outras.
- 75 Uma frase, um *slogan*, um conceito visual, gráfico ou sonoro não definem os termos ou tema de uma campanha: esses instrumentos são apenas complementares e por si só não definem a essência do posicionamento de um produto, serviço ou idéia.
- 76 As mensagens emitidas ao longo do tempo por uma empresa ou organização pública acabam por formar uma imagem para uma comunidade, para uma sociedade, país ou mesmo para a comunidade internacional. Dessa forma, o público acaba por ligar a empresa ou organização a uma idéia ou conceito: é o que se chama de identidade institucional.
- 77 Consideradas as suas categorias, os eventos podem ser institucionais; promocionais ou mercadológicos; temáticos ou por área de interesse. Os eventos podem também ser classificados por tipos, uma vez que têm características distintas e próprias.
- 78 *Outdoors*, *backlights* e *bus-doors* são instrumentos de comunicação que não devem ser usados em campanhas publicitárias por serem caros, dispersos e ineficazes para sua divulgação.
- 79 O título de uma matéria jornalística deve, em poucas palavras, dar a informação principal do texto ou descrever com precisão um fato.
- 80 A mala direta é o mais pessoal e seletivo de todos os veículos. As despesas com impressão e postagem tornam seu custo bastante alto, mas, como a mala direta alcança apenas aquelas pessoas que se deseja contatar, quase não há desperdício.

81 As organizações buscam uma boa publicidade, mas uma campanha é freqüentemente muito cara porque se baseia totalmente em mídias pagas e de alto custo, como a televisão.

82 As notícias institucionais são produzidas no âmbito das instituições e órgãos públicos e, para se transformarem em acontecimento público e tornarem-se notícia a ser publicada por jornais e outros veículos de comunicação, passam por uma série de instâncias hierárquicas dentro da empresa.

A comunicação social se tornou mais ágil e rápida a partir do desenvolvimento tecnológico e da multiplicação dos meios de comunicação. Com relação às questões decorrentes desses dados, julgue os itens seguintes.

83 A grande utilidade do jornalismo eletrônico digital *online* é que algumas de suas agências, como a de **O Estado de São Paulo** ou a Agência Brasil, dão a notícia *just-in-time* e acabam por pautar a grande imprensa.

84 Com o desenvolvimento das técnicas tanto de impressão quanto de edição e diagramação digitalizadas associadas ao uso da Internet, é possível até fazer uma análise do ângulo de enquadramento de uma foto no momento em que a reportagem está sendo feita.

85 Uma grande ferramenta do jornalismo moderno é a dos instrumentos de busca para os que trabalham plugados na Internet: a contextualização de materiais jornalísticos pela pesquisa *online*, envios de dados, voz e imagem e a simplificação das etapas de produção podem ser feitas de modo mais veloz e eficiente.

86 O termo *briefing*, apropriado da língua inglesa, é muito usado tanto na publicidade e propaganda quanto no jornalismo. Esse termo, que significa curto, rápido, pode ser usado no sentido de pequenas notas a serem pautadas em colunas ou o resumo das notícias.

87 A escolha e a publicação de boas fotos dependem de regras como não fazer clichês quadrados, que são monótonos, e obter flagrantes que sejam sempre originais.

88 A impressão de catálogos, revistas, relatórios, livros e folhetos é feita, via de regra, pelo processo de impressão *offset*, em papel com 100% de celulose amanteigada de alto brilho e alvura. Essas especificações são atendidas pelos papéis do tipo jornal e cromalin.

89 O *marketing* institucional depende da publicidade: é fundamental que se defina o que se quer dizer ao público-alvo, a partir do ponto de vista da criação publicitária. Essa escolha diz respeito única e exclusivamente às atividades de *marketing* e publicidade.

90 A sociedade moderna trabalha as relações humanas em seus vários aspectos e hoje enfatiza aqueles em que são destacados os valores sociais. Um exemplo é o trabalho das empresas em *marketing* de relacionamento e *marketing* social.

O trabalho do profissional de relações públicas, além da função estratégica, tem por objetivo identificar problemas, aperfeiçoar o relacionamento dos assessorados com seus diversos públicos e apresentar soluções. Constitui tarefa típica de um profissional de relações públicas

- 91 promover a divulgação jornalística e a elaboração de veículos internos de comunicação.
- 92 planejar e incrementar ações por meio de veículos de comunicação para divulgação das vantagens, das qualidades e da superioridade de um produto, um serviço, uma marca ou uma idéia.
- 93 organizar a estrutura geral de eventos, redigir e coordenar cerimoniais e protocolos.
- 94 realizar contatos com a imprensa, fazer agendamentos e entrevistas, acompanhar entrevistas coletivas e individuais, realizar análises, confeccionar *releases* e levantar informações.

A comunicação organizacional pode ser considerada como a possibilidade sistêmica que, integrada, reúne as modalidades de comunicação cultural, administrativa e social, assim como o sistema de informações. Com relação a esse tema, julgue os itens a seguir.

- 95 As modalidades apresentadas, embora com denominações distintas, buscam dar conta da complexidade da comunicação nas organizações com seus diferentes segmentos de público.
- 96 Na referida perspectiva, a junção entre a comunicação institucional, a comunicação mercadológica e a comunicação interna é um composto ou um *mix* da comunicação organizacional.
- 97 A comunicação organizacional não abrange as áreas de relações públicas, *marketing* e propaganda, pois desempenha uma função de fonte de informação.

Massa e público são designação para um conjunto de pessoas, mas que apresentam características muito diversas. A massa é heterogênea, composta por indivíduos que não se conhecem, estão espacialmente separados um do outro e não podem interagir ou trocar experiências. Já o público é homogêneo, formado por indivíduos que têm algo em comum e que são afetados pelo mesmo problema ou assunto. Com base nesses conceitos, julgue os itens seguintes.

- 98 Nesse contexto, o método apropriado para estudar a massa é dar a cada indivíduo um peso igual, classificando-o segundo atributos demográficos como idade, sexo, dados socioeconômicos e educação.
- 99 Não obstante as diferenças apresentadas entre massa e público, as informações, os programas e as campanhas destinadas a esses segmentos devem ser divulgadas em qualquer veículo de comunicação ou mídia, sem priorizar algum deles especificamente.

100 As reações de cada indivíduo em uma massa dependem das características dos atributos demográficos e de personalidade dessa massa.

101 Ao profissional de relações públicas compete idealizar estrategicamente as peças publicitárias destinadas a atender a demanda da massa e do público.

Responsabilidade social é o exercício planejado e sistemático de ações estratégicas e a implantação de canais de relacionamento entre uma organização, seus públicos de interesse e a própria sociedade. À luz desse conceito de responsabilidade social, julgue os itens subseqüentes.

102 A responsabilidade social implica assumir a transparência e a ética como atributos fundamentais, tomando o interesse coletivo como referência.

103 Nesse contexto, a preservação do meio ambiente, embora seja um tema importante, não pode ser considerada como parte das ações de responsabilidade social.

104 O conceito apresentado conduz à conclusão de que responsabilidade social se confunde com *marketing* social.

105 A responsabilidade social tem como foco o relacionamento com públicos determinados, como os consumidores, por exemplo.

Considerando os diferentes tipos de publicações, suas características e finalidades, julgue os itens a seguir.

106 Uma publicação com 24 páginas contendo informações acerca de um programa governamental pode ser considerada um folheto.

107 A brochura é um tipo de encadernação adequada para publicações com conteúdos de vida útil mais duradoura, pois sua capa dura protege bem o miolo e permite acondicionar a publicação verticalmente.

108 As revistas são publicações periódicas regulares, destinadas principalmente ao público externo. Quando publicadas por organizações governamentais, as revistas possuem um caráter institucional mais evidente, com grande número de páginas, o que possibilita dar ampla cobertura às suas atividades e propósitos.

109 É relativamente comum que organizações públicas ou privadas publiquem, com periodicidade regular, um impresso denominado *house organ*. Esse tipo de impresso, com informações destinadas principalmente ao público interno das organizações, divulga notícias da direção e dos demais setores da administração, podendo, inclusive, abordar temas de interesse de seus empregados.

110 Os relatórios anuais publicados por organizações públicas ou privadas têm o caráter de prestação de contas a seus funcionários, devendo ser pouco ilustrados, com textos explicativos que detalhem as ações realizadas durante o ano e abordem perspectivas de ações futuras.

No que se refere a técnicas de produção gráfica, julgue os itens seguintes.

- 111** O processo *offset*, normalmente utilizado para a impressão de revistas com periodicidade superior à quinzenal, possui excelente qualidade nas reproduções de fotografias em cores e elevado nível de detalhamento, decorrentes, sobretudo, de características técnicas de suas *fôrmas* metálicas planográficas.
- 112** Os papéis para impressão são classificados em dois grandes grupos: revestidos e não-revestidos. Os papéis revestidos apresentam maior permeabilidade à tinta, o que ocasiona ganho de ponto e perda de qualidade de imagens. Os papéis não-revestidos apresentam melhor desempenho na reprodução de imagens com maior detalhamento e tonalidades mais fiéis aos originais.
- 113** Para que possa ser reproduzida graficamente, uma imagem em cores deve ser digitalizada e suas tonalidades separadas em, no mínimo, quatro cores de processo: ciano, magenta, amarelo e preto.
- 114** Os originais das imagens fotográficas destinadas à reprodução gráfica devem ser preferencialmente opacos, em foco, e devem ter baixa densidade de cores, para compensar o efeito de ganho de ponto durante a impressão.
- 115** Programas gráficos de editoração eletrônica foram desenvolvidos para realizar a montagem digital de objetos em páginas e gerar arquivos eletrônicos que possam ser processados por equipamentos de pré-impressão digital.
- 116** Imagens fotográficas, após digitalização, podem ser editadas por meio de programas gráficos vetoriais para, depois, serem montadas digitalmente nas páginas que serão impressas.

Um órgão de governo pretende elaborar um sítio de Internet direcionado à imprensa, especificamente para divulgação de notícias, *releases* e imagens de sua área de atuação. Todas as matérias e imagens poderão ser reproduzidas, desde que citadas as autorias. Esse sítio deverá possuir um banco de imagens de alta resolução para divulgação e um arquivo de notícias acessível por ferramentas de busca por palavras-chave. O leiaute da página principal deverá possuir um *menu* de navegação para as seções do sítio, chamadas de matérias recentes, com *hyperlinks* para o conteúdo completo, e imagens que ilustram a página.

Considerando a situação hipotética acima, julgue os itens subseqüentes.

- 117** Para a montagem de páginas desse sítio de Internet, é recomendado utilizar um programa editor de HTML, o que possibilita também a edição dos objetos que as integram.
- 118** Caso algum órgão de imprensa deseje reproduzir as imagens que ilustram as páginas do sítio, é recomendável copiá-las para posterior montagem em suas páginas, por meio de recursos disponibilizados ao se clicar essas imagens com o botão direito do *mouse*.
- 119** Notícias e *releases* do arquivo devem ser disponibilizados em formatos PDF ou HTM, pois esses formatos de arquivo são adequados para publicação de textos que serão lidos em *web browser*, além de permitirem a incorporação de fotografias.
- 120** Os textos das matérias não devem ser longos, pois isso torna os arquivos demasiado grandes, aumentando muito o tempo de carregamento das páginas.

