



CONCURSO PÚBLICO

13. PROVA OBJETIVA

ESPECIALISTA PORTUÁRIO 1 – TÉCNICO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL (PUBLICIDADE E PROPAGANDA)

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 60 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ PREENCHA COM SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO OS ESPAÇOS RESERVADOS NA CAPA DESTA CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, LOCALIZADA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS E 30 MINUTOS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DO PRÉDIO SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

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

Nome do candidato

N.º de inscrição

FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS

QUESTÃO	RESPOSTA				
01	A	B	C	D	E
02	A	B	C	D	E
03	A	B	C	D	E
04	A	B	C	D	E
05	A	B	C	D	E

06	A	B	C	D	E
07	A	B	C	D	E
08	A	B	C	D	E
09	A	B	C	D	E
10	A	B	C	D	E

11	A	B	C	D	E
12	A	B	C	D	E
13	A	B	C	D	E
14	A	B	C	D	E
15	A	B	C	D	E

16	A	B	C	D	E
17	A	B	C	D	E
18	A	B	C	D	E
19	A	B	C	D	E
20	A	B	C	D	E

QUESTÃO	RESPOSTA				
21	A	B	C	D	E
22	A	B	C	D	E
23	A	B	C	D	E
24	A	B	C	D	E
25	A	B	C	D	E

26	A	B	C	D	E
27	A	B	C	D	E
28	A	B	C	D	E
29	A	B	C	D	E
30	A	B	C	D	E

31	A	B	C	D	E
32	A	B	C	D	E
33	A	B	C	D	E
34	A	B	C	D	E
35	A	B	C	D	E

36	A	B	C	D	E
37	A	B	C	D	E
38	A	B	C	D	E
39	A	B	C	D	E
40	A	B	C	D	E

QUESTÃO	RESPOSTA				
41	A	B	C	D	E
42	A	B	C	D	E
43	A	B	C	D	E
44	A	B	C	D	E
45	A	B	C	D	E

46	A	B	C	D	E
47	A	B	C	D	E
48	A	B	C	D	E
49	A	B	C	D	E
50	A	B	C	D	E

51	A	B	C	D	E
52	A	B	C	D	E
53	A	B	C	D	E
54	A	B	C	D	E
55	A	B	C	D	E

56	A	B	C	D	E
57	A	B	C	D	E
58	A	B	C	D	E
59	A	B	C	D	E
60	A	B	C	D	E

CONHECIMENTOS GERAIS

LÍNGUA PORTUGUESA

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

Patrimônio interdito

RIO DE JANEIRO – Por ocasião dos cem anos de Noel Rosa, sábado último, os jornais foram ouvir seus herdeiros. Noel não teve filhos, mas deixou um irmão, que os teve, donde aí estão as sobrinhas do sambista para falar pela família. E o que elas têm a dizer é, como quase sempre nesses casos, lamentável.

“Eles só pegaram a banda podre”, queixou-se uma delas a “O Estado de S.Paulo”, referindo-se a João Máximo e Carlos Didier, autores do monumental “Noel Rosa – Uma Biografia”. O livro foi publicado em 1990, está há muito esgotado e é vítima de uma ação, movida por elas, que o impede de ser reeditado. Por “banda podre”, as sobrinhas se referem aos suicídios do pai e da avó de Noel, levantados com grande precisão por Máximo e Didier e descritos com o cuidado que imprimiram a todo o livro.

“Eles entraram pela nossa vida, narraram episódios de suicídios e se deliciaram com isso”, continua a sobrinha. Não é verdade. Conheço João Máximo há 40 anos e Didier há 20. O livro levou quase dez anos para ser feito. Ninguém trabalha tanto tempo (e de graça, sem patrocínio) num projeto se não for por amor. Lembro-me da vibração de João quando descobria um samba perdido de Noel ou localizava uma fonte nunca ouvida até então. Se o pai e a avó do biografado se mataram, lamento, mas isso faz parte da história – e da História.

“Noel Rosa – Uma Biografia”, ao sair, esmagou editorialmente os dois livros anteriores sobre Noel: o de Jacy Pacheco, “Noel Rosa e Sua Época”, de 1955, e o de Almirante, “No Tempo de Noel Rosa”, de 1963. O qual também menciona, embora de passagem, os suicídios que tanto irritaram as sobrinhas, e olhe que Almirante “protegeu” Noel o quanto pôde. Mas não compete ao biógrafo proteger o biografado. Compete-lhe escrever a verdade.

Este livro é um patrimônio da cultura brasileira. Não pode ficar fora das livrarias.

(Folha de S.Paulo, 18.12.2010. Adaptado)

01. Em seu texto, o autor discorda

- (A) das informações veiculadas por João Máximo e Carlos Didier no livro que publicaram sobre a vida de Noel Rosa.
- (B) do posicionamento das sobrinhas de Noel Rosa, no que se refere à publicação do livro de João Máximo e Carlos Didier.
- (C) do intento de João Máximo e Carlos Didier em editar novamente o livro em que denigrem a vida de Noel Rosa.
- (D) da ideia das sobrinhas de Noel Rosa, que se veem como “banda podre” da família do compositor.
- (E) da existência de suicídios na família do sambista Noel Rosa, conforme afirmam as sobrinhas do compositor em livro publicado.

02. De acordo com as informações textuais, o autor reconhece que

- (A) a história de vida de uma personalidade torna-se patrimônio da cultura nacional.
- (B) os problemas pessoais de uma personalidade devem ser manipulados em sua biografia.
- (C) a vida de uma personalidade contém fatos que pouco interessam ao público.
- (D) a verdade deve ser omitida quando a referência é a vida de uma personalidade.
- (E) a cultura de um povo equivale a biografias que protegem as personalidades.

03. No 3.º parágrafo, em – ... ou localizava uma fonte **nunca ouvida até então**. – a expressão em destaque pode ser substituída, sem prejuízo do sentido do texto, por

- (A) confiável.
- (B) fidedigna.
- (C) omitida.
- (D) inédita.
- (E) regravada.

04. Sobre a frase de uma das sobrinhas de Noel Rosa – “Eles só pegaram a banda podre”... (2.º parágrafo) – é correto afirmar que contém termos empregados em sentido

- (A) figurado, indicando que a família reagiu com bom humor frente aos problemas.
- (B) próprio, indicando a superação de problemas simples pela família do sambista.
- (C) figurado, indicando o pouco interesse dos jornalistas em relação aos suicídios da família.
- (D) próprio, indicando o descaso com que o sambista tratou os problemas da família.
- (E) figurado, indicando os problemas vivenciados pela família do sambista.

05. No contexto, um antônimo para o termo **monumental**, empregado no 2.º parágrafo, é

- (A) minucioso.
- (B) fenomenal.
- (C) ínfimo.
- (D) grandioso.
- (E) imprescindível.

06. Sobre os pronomes empregados no texto, analise as afirmações.

- I. No 1.º parágrafo, na oração – ... que **os** teve... – o pronome em destaque refere-se ao termo *filhos*.
- II. No 2.º parágrafo, na oração – “**Eles** só pegaram a banda podre”... – o pronome em destaque refere-se aos jornalistas do jornal *O Estado de S.Paulo*.
- III. No 4.º parágrafo, na oração – **O qual** também menciona... – o pronome em destaque refere-se ao livro “Noel Rosa – Uma Biografia”.

Está correto o que se afirma em

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

07. Observe os trechos do texto.

... e descritos **com** o cuidado que imprimiram a todo o livro. (2.º parágrafo)

... se não for **por** amor. (3.º parágrafo)

As preposições destacadas formam, correta e respectivamente, expressões indicativas de

- (A) causa e meio.
- (B) intensidade e consequência.
- (C) modo e causa.
- (D) consequência e modo.
- (E) meio e intensidade.

Para responder às questões de números 08 e 09, considere o trecho:

Ninguém trabalha tanto tempo (e de graça, sem patrocínio) num projeto se não for por amor. **Lembro-me da vibração** de João quando descobria um samba perdido de Noel... (3.º parágrafo)

08. Tendo como referência a regência e a colocação pronominal, de acordo com a norma padrão, assinale a alternativa em que as expressões substituem, correta e respectivamente, aquelas que estão em destaque no trecho.

- (A) Não trabalha-se ... Me lembro da vibração
- (B) Não trabalha-se ... Lembro-me a vibração
- (C) Não se trabalha ... Me lembro da vibração
- (D) Não se trabalha ... Lembro a vibração
- (E) Não trabalha-se ... Lembro da vibração

09. No contexto, a oração – ... se não for por amor. (3.º parágrafo) – pode ser substituída, sem prejuízo do sentido do texto, por

- (A) para não ser por amor.
- (B) caso não seja por amor.
- (C) ou não é por amor.
- (D) que não seja por amor.
- (E) embora não foi por amor.

10. Tendo como base os aspectos de concordância, em conformidade com a norma padrão, assinale a alternativa correta.

- (A) As sobrinhas muito se incomodaram com a publicação de João Máximo e Carlos Didier, pois acha que o livro sobre Noel Rosa contém inverdades.
- (B) Já fazem vários anos que o livro sobre Noel Rosa, publicado pelos jornalistas João Máximo e Carlos Didier, estão esgotados.
- (C) Foi quase dez anos para o livro dos jornalistas João Máximo e Carlos Didier ser feito e publicado.
- (D) Mesmo sem que houvessem patrocínio, os jornalistas João Máximo e Carlos Didier trabalharam de graça para publicar o livro.
- (E) A descoberta de um samba perdido e a localização de uma fonte nunca ouvida faziam vibrar os jornalistas João Máximo e Carlos Didier.

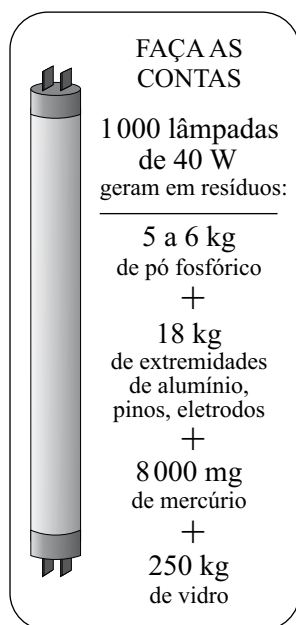
MATEMÁTICA

11. Joana foi à feira levando certa quantia em dinheiro. Na 1.ª banca, comprou legumes e gastou $\frac{1}{4}$ dessa quantia. Na 2.ª banca, comprou verduras e gastou $\frac{2}{5}$ do valor gasto na 1.ª banca. Na 3.ª banca, comprou frutas e gastou R\$ 15,50. Sabendo-se que da quantia inicial restaram R\$ 10,50, conclui-se que na compra de verduras ela gastou

- (A) R\$ 4,00.
- (B) R\$ 4,50.
- (C) R\$ 5,00.
- (D) R\$ 6,00.
- (E) R\$ 6,50.

12. Sabe-se que um dos ângulos de um triângulo mede 60° e que as medidas, em graus, dos outros dois ângulos estão na razão de 2 para 3. Pode-se concluir, então, que o menor ângulo desse triângulo mede
- (A) 60° .
(B) 54° .
(C) 48° .
(D) 44° .
(E) 40° .

13. O quadro mostra os resíduos gerados por lâmpadas fluorescentes de 40 W descartadas ao final de sua vida útil.

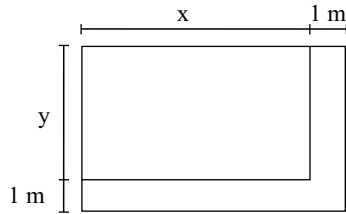


(O Estado de S.Paulo, 29.12.2010)

Sabendo-se que a coleta de lâmpadas para reciclagem atinge apenas 6% do total de unidades descartadas, pode-se afirmar que o número dessas lâmpadas que deverão ser descartadas para se reciclarem apenas 180 kg de resíduos de vidro é, em mil unidades, igual a

- (A) 5.
(B) 7.
(C) 10.
(D) 12.
(E) 15.

14. Observe a figura.



Um canteiro retangular, cujo lado x é 4 m maior que o lado y , foi dividido em dez regiões de igual área, sendo plantada uma espécie diferente de rosa em cada uma. Para permitir o acesso de visitantes, esse canteiro recebeu, em dois dos seus lados, uma calçada com largura constante de 1 m, conforme mostra a figura. Se a calçada tem 13 m^2 , então coube a cada espécie de rosa uma área, em m^2 , igual a

- (A) 4,8.
- (B) 4,5.
- (C) 4,2.
- (D) 3,8.
- (E) 3,2.

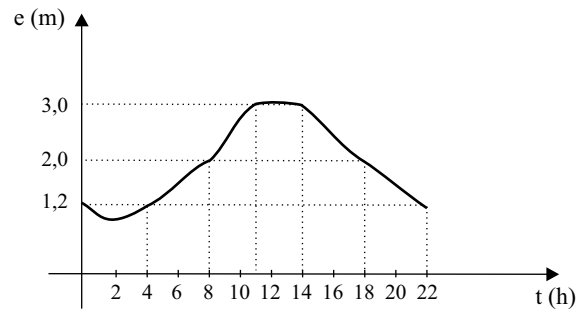
15. O valor médio das comissões recebidas por quatro vendedores de uma loja, em certo período, é igual a 750 reais. Se o gerente, que também acumula a função de vendedor, for incluído nesse grupo, o valor médio das comissões recebidas passa a ser de 900 reais. Sabendo-se que a comissão, igual para todos, representa 2% do valor da venda, pode-se afirmar que o valor total das vendas efetuadas pelo gerente, nesse período, foi, em mil reais, igual a

- (A) 225.
- (B) 150,5.
- (C) 125.
- (D) 82,5.
- (E) 75.

16. No início de uma rodada de certo jogo, com vários participantes, Paulo e João tinham 38 fichas cada um. No final dessa rodada, juntos, eles tinham 72 fichas, sendo que a diferença entre o número de fichas de Paulo e a quinta parte do número de fichas de João era igual a 36. Desse modo, é correto afirmar que, nessa rodada,

- (A) João não ganhou nem perdeu fichas.
- (B) Paulo ganhou 4 fichas e João perdeu 2.
- (C) João ganhou 8 fichas e Paulo perdeu 4.
- (D) Paulo ganhou 4 fichas e João perdeu 8.
- (E) ambos perderam 3 fichas.

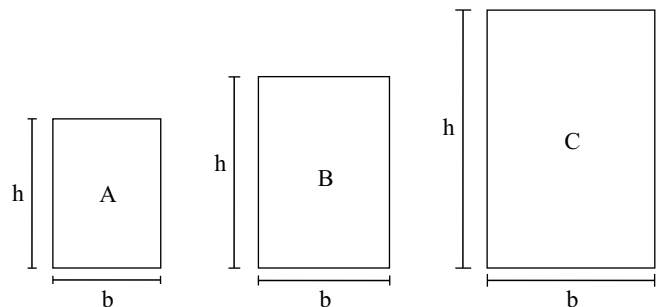
17. O gráfico, elaborado pela Defesa Civil de certo município, mostra a evolução da elevação (em metros) acima do nível normal das águas de um rio que corta a cidade, no decorrer de um dia de muita chuva.



A partir das informações contidas no gráfico, é correto afirmar que, nesse dia, o nível das águas desse rio

- (A) atingiu 1,2 m acima do nível normal em apenas dois momentos.
- (B) estava 2 m acima do nível normal às 20 horas.
- (C) atingiu a elevação máxima às 10h 30min.
- (D) manteve-se constante por aproximadamente 3 horas.
- (E) estava 3 m acima do nível normal às 10 horas.

18. Numa exposição, os quadros retangulares A, B e C foram alinhados em sequência, conforme mostram as figuras. Sabe-se que a medida da base (b) de cada quadro é 20 cm maior que a medida da base do quadro imediatamente anterior, e que a medida da altura (h) de cada quadro é igual a uma vez e meia a medida da respectiva base. Se o perímetro do quadro C é igual a 4 m, então a área do quadro A é, em cm^2 , igual a



- (A) 2 200.
- (B) 2 400.
- (C) 2 800.
- (D) 3 200.
- (E) 3 600.

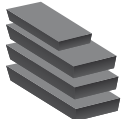
19. Considere as informações contidas na ilustração.

QUANTO OURO JÁ FOI EXTRAÍDO DO MUNDO?

Total de ouro no mundo (na superfície, já processado) **163 000** toneladas

ESSA QUANTIDADE SERIA SUFICIENTE PARA FUNDIR...

... três barras do tamanho de uma piscina olímpica e outra do tamanho de uma piscina semiolímpica

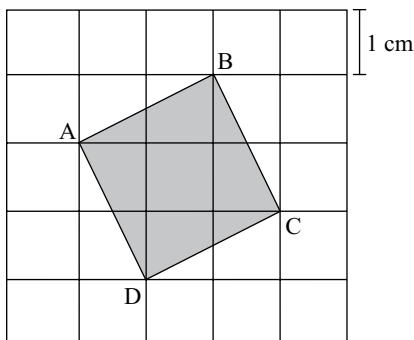


(Veja, 13.10.2010)

Admita que as quatro barras mencionadas no exemplo comparativo tenham um volume total de 8250 m^3 . Admita também que a piscina semiolímpica considerada tenha 25 m de comprimento e profundidade uniforme de 2 m, e que o seu volume corresponda a 30% do volume de uma piscina olímpica. Nesse caso, pode-se concluir que a largura, em metros, da piscina semiolímpica considerada é

- (A) 14,5.
- (B) 15,0.
- (C) 15,5.
- (D) 16,0.
- (E) 18,0.

20. A figura mostra o quadrado ABCD desenhado em uma malha quadriculada, na qual cada quadradinho tem 1 cm de lado.



A área do quadrado ABCD é, em cm^2 ,

- (A) $5\sqrt{5}$.
- (B) $2\sqrt{5}$.
- (C) 5.
- (D) $2\sqrt{3}$.
- (E) 4.

LÍNGUA INGLESA

Nas questões de números 21 e 22, assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas dos textos.

21. BEETLE BAILEY

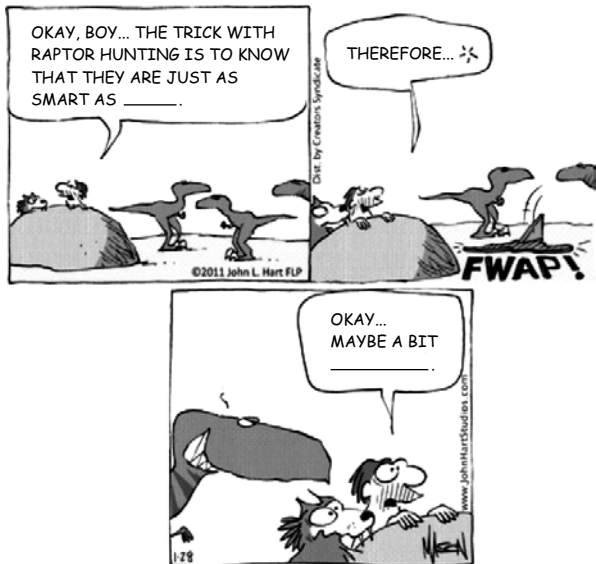
By Mort Walker



(www.arcamax.com)

- (A) I'M NOT ENTERING ... THERE ARE
- (B) I'VE NOT ENTERED ... THERE WERE
- (C) I DIDN'T ENTER ... THERE'S
- (D) I'LL NOT ENTER ... THERE WASN'T
- (E) I DON'T ENTER ... THERE'LL BE

22. B. C. By Johnny Hart



(www.arcamax.com)

- (A) WE ... SMART
- (B) OUR ... SMARTEST
- (C) US ... AS SMART
- (D) OURS ... LESS SMART
- (E) US ... SMARTER

A questão de número 23 refere-se à história em quadrinhos a seguir.

HAGAR THE HORRIBLE

By Chris Browne



(www.arcamax.com)

23. De acordo com a história em quadrinhos,

- (A) a esposa de Hagar teme que não mais esteja apaixonada pelo marido.
- (B) Hagar compara seu amor pela esposa com outra de suas paixões.
- (C) a comida de Helga está acabando com o romantismo de seu casamento.
- (D) Hagar acha que não mais existe romantismo entre ele e a esposa.
- (E) Helga nunca diz a seu marido que ainda o ama muito.

A questão de número 24 refere-se ao texto a seguir.

THE BATONGA FOUNDATION

SUPPORTING EDUCATION FOR GIRLS IN AFRICA



Founded by UNICEF Goodwill Ambassador, Angelique Kidjo, Batonga is giving girls a secondary school and higher education so they can take the lead in changing Africa. The organization is doing this by granting scholarships, building secondary schools, increasing enrollment, improving teaching standards, providing school supplies, supporting mentor programs, exploring alternative education models and advocating for community consciousness of the value of education for girls.

(www.ad4change.org. Adaptado)

24. De acordo com o texto,

- (A) a Fundação Batonga prepara meninas para que possam assumir o comando de mudanças na África.
- (B) uma educação de nível mais elevado, um dos objetivos da Fundação Batonga, garantirá novos valores comunitários na África.
- (C) entre outros objetivos, a Fundação de Angelique Kidjo visa evitar a educação alternativa de meninas africanas.
- (D) a formação de professores adequados para o ensino superior é a meta da fundação Batonga.
- (E) a fundação de Angelique Kidjo, criada pela UNICEF, trabalha para que as comunidades africanas criem modelos educacionais alternativos.

A questão de número 25 refere-se à história em quadrinhos a seguir.



(www.arcamax.com)

25. Assinale a alternativa que está de acordo com a história em quadrinhos do Beetle Bailey (Recruta Zero).

- (A) Faz meses que o Zero não escreve para os pais.
- (B) Chigger não se incomoda com a falta de notícias do irmão.
- (C) Em sua carta, Zero enfatiza o amor pela família.
- (D) O pai de Zero fica feliz com a carta do filho.
- (E) Zero escreve aos pais com um objetivo específico.

26. Os parágrafos a seguir discorrem sobre os recursos e aplicativos disponibilizados pelo sistema operacional MS-Windows 7, em sua configuração padrão.

- I. A área de trabalho é a principal área exibida na tela quando o usuário liga o computador e faz *logon* no sistema. Nela, o usuário pode colocar itens, como arquivos e pastas, e organizá-los como quiser.
- II. Na pasta Computador, o usuário pode ter acesso a dispositivos como discos rígidos, unidades de CD ou DVD e mídia removível, além de acessar unidades de disco rígido externas e unidades *flash* USB.
- III. O Painel de Controle permite alterar as variáveis que controlam tanto a parte visual quanto o funcionamento do sistema, de modo a fazer com que este seja configurado de acordo com a vontade do usuário.

É correto o que se afirma em

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

27. Na figura a seguir, são mostrados ícones relacionados com as ferramentas de edição do programa MS-Word 2007, em sua configuração padrão.



Assinale a alternativa que relaciona os identificadores dos ícones que, respectivamente, permitem aos usuários: ① colar um item copiado, ② inserir uma quebra de página e ③ escolher a cor de fundo do texto selecionado.

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

28. Uma planilha que está sendo editada com o auxílio do programa MS-Excel 2007, em sua configuração padrão, tem as células preenchidas com números de sete algarismos no formato texto, como mostrado na figura a seguir.

	A	B
1	2284415	
2	3441249	
3	4219173	
4		

Considere as expressões:

- =VALOR(DIREITA(A1;3))
- =VALOR(EXT.TEXTO(A2;3;3))
- =VALOR(ESQUERDA(A3;3))
- =SOMA(B1:B3)

Se essas expressões forem inseridas, respectivamente, nas células B1, B2, B3 e B4, o valor obtido em B4 será

- (A) 1248.
- (B) 2284.
- (C) 4124.
- (D) 4219.
- (E) 4415.

29. Sabendo que os ícones mostrados na figura a seguir pertencem ao ambiente de trabalho do programa MS-PowerPoint 2007, em sua configuração padrão, assinale a alternativa que descreve a sua correta localização.



- (A) Grupo Estilo da guia Revisão.
- (B) Grupo Fonte da guia Início.
- (C) Grupo Janela da guia Referência.
- (D) Grupo Macros da guia Inserir.
- (E) Grupo Parágrafo da guia Exibição.

30. Assinale a alternativa que contém endereços de *sites* da *World Wide Web* que, correta e respectivamente, estaria hospedado no Brasil e pertenceria a uma instituição de ensino.

- (A) www.is.co.za
tertius.conae.gov.ar
- (B) www.csu.edu.au
www.sal.ists.ca
- (C) auc-kosh.eun.eg
www.ihep.ac.cn
- (D) info.denet.br
web.urec.edu.fr
- (E) scitsc.wlv.ac.uk
bilbo.edu.uy

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. A Teoria _____ tem relação com os efeitos das propagandas de guerra. Os seus defensores entendiam que bastava “atingir o alvo” e a propaganda teria êxito. O seu modelo era uma simples relação de E→R, Estímulo – Resposta, influenciada pelos estudos de Psicologia Comportamental (Behaviorismo). A Teoria _____ enunciava que os estímulos dos meios de comunicação eram poderosos, e que as pessoas reagiam de modo uniforme. Acreditava-se que existiam poucos vínculos sociais para evitar essa forte influência e que a massa poderia ser manipulada pelos proprietários dos meios.

O nome da teoria resumida no texto é

- (A) da Agulha Hipodérmica
- (B) dos Efeitos Limitados
- (C) de Estudos Culturais
- (D) Crítica
- (E) Empírica de Campo

32. Em Marketing, são comuns ações promocionais realizadas por duas empresas, visando agregar valor às duas marcas ou produtos, utilizando-se da força de cada uma delas. Essas marcas ou produtos podem ser complementares, correlatos ou ainda possuir alguma afinidade entre eles. Exemplo: porto e companhia de navegação, pizza e guaraná, leite e café. Esse tipo de ação é chamado de

- (A) Anúncio associativo.
- (B) *Brand image*.
- (C) *Publicity campaign*.
- (D) *Cross merchandising*.
- (E) Programa de Marketing selado.

33. São reconhecidos pelo Governo Federal os conceitos de Comunicação:

- I. Institucional, como aquela criada exclusivamente para formar imagem positiva em torno de uma organização, empresa, pessoa, ou, ainda, em torno de algo ou alguma coisa.
- II. Corporativa, como aquela que tem as mesmas características e objetivos da comunicação institucional, com a particularidade de estar ligada exclusivamente à alta administração das organizações.
- III. Organizacional, como a ação estratégica de uma organização, elaborada com base no diagnóstico global e em uma visão geral da organização, levando-se em consideração o processo de relacionamento entre a organização e os seus públicos, individual ou simultaneamente.
- IV. Pública ou Cívica, a que promove o fluxo da informação entre as necessidades da sociedade e aquelas que estão disponíveis nas instituições públicas que são, por natureza, as portadoras do interesse coletivo.

Estão corretos

- (A) apenas os conceitos I e II.
- (B) apenas os conceitos III e IV.
- (C) todos os conceitos.
- (D) apenas os conceitos II e III.
- (E) apenas os conceitos I e IV.

34. A ideia de responsabilidade social incorporada aos negócios é relativamente recente. Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, empresas adotaram um comportamento mais responsável em suas ações. A responsabilidade social não se confunde com filantropia e tem, entre outras, as seguintes características:

- (A) personalista, distributiva, sustentável e transparente.
- (B) personalista, plural, sustentável e transparente.
- (C) plural, personalista, distributiva e transparente.
- (D) plural, distributiva, sustentável e personalista.
- (E) plural, distributiva, sustentável e transparente.

35. O Diretor Financeiro da Companhia solicitou ao Departamento de Comunicação que fizesse o levantamento de CPM e de CPP de uma campanha, para incluir o resultado no relatório anual da instituição. CPM e CPP significam, respectivamente,

- (A) custo por mil e custo por ponto de audiência.
- (B) custo por minuto e custo por pessoa.
- (C) custo por metro e custo por ponto.
- (D) custo por mil e custo por pessoa.
- (E) custo por minuto e custo por ponto de audiência.

36. Nos debates sobre a pós-modernidade, um sociólogo passou a ser reconhecido como o teórico do regime do “simulacro” através de sua obra “Simulacros e Simulação”, livro que se tornou famoso também fora do ambiente acadêmico quando foi exibido no filme Matrix, pois é dentro de uma edição desse livro que “Neo” guarda seus programas. Colaborou ainda o fato de o ator Keanu Reeves dizer em suas entrevistas sobre o filme, que havia lido “Simulacros e Simulação”. Foi o que bastou para que o nome de seu autor, bem como de sua teoria sobre o simulacro, fossem rapidamente associados ao filme. Ele não gostou desta associação, e na época ainda comentou que tanto os responsáveis pelo filme, como Reeves, “*se leram meu livro, não entenderam nada.*”

(<http://www.angelfire.com> – Adaptado)

O nome desse sociólogo é

- (A) Jürgen Habermas.
- (B) Jean Baudrillard.
- (C) Herbert Marcuse.
- (D) Maurice Merleau-Ponty.
- (E) Ernst Cassirer.

37. O Marketing que parte da ideia de que, ao invés de a empresa ser dirigida pelo mercado é a empresa que dirige o mercado, é chamado de Marketing

- (A) de resposta.
- (B) de previsão.
- (C) ativo.
- (D) antecipativo.
- (E) de criação de necessidades.

38. Fombrun e Van Riel (1997) apresentam uma lista de características que consideram intrínsecas ao conceito de reputação corporativa.

(Revista de Gestão USP, v.14 n.º 4, São Paulo, dez. 2007. – Adaptado)

São elas:

- I. A reputação está relacionada à identidade interna da empresa, que é criada a partir da visão dos empregados.
- II. A reputação está relacionada a ações passadas da empresa e constitui barreiras móveis a ações da empresa e de seus concorrentes, atuais e potenciais.
- III. A reputação resume como diferentes grupos avaliam o desempenho passado da empresa.
- IV. A reputação deriva das imagens formadas sobre a empresa por diferentes grupos de interesse e, desse modo, fornece informações sobre a atratividade global da firma para todos os interessados. Considera-se que há relação entre as múltiplas imagens formadas sobre a empresa.
- V. A reputação engloba duas dimensões essenciais da avaliação de desempenho da empresa, associadas a aspectos financeiros e à responsabilidade social.
- VI. A reputação independe da história da empresa e do currículo de seus diretores.

São verdadeiras

- (A) todas as características.
 - (B) as características de I a V.
 - (C) somente as características I e VI.
 - (D) somente as características II e III.
 - (E) somente as características IV e V.
39. Atualmente, os originais gráficos para impressão são produzidos em computador por meio de ferramentas de edição eletrônica. Os programas mais conhecidos para essa finalidade são:
- (A) CorelDRAW, Photoshop e Acess.
 - (B) CorelDRAW, Excel e InDesign.
 - (C) Linux, Photoshop e InDesign.
 - (D) CorelDRAW, Photoshop e InDesign.
 - (E) Acess, Photoshop e Excel.
40. Para Bob Liodice, presidente e diretor executivo da Advertising National Association (ANA), ... “o celular é claramente uma plataforma de crescimento rápido para os comerciantes, mas ainda tem de alcançar o seu pleno potencial.” O uso do celular e de aparelhos similares como plataformas para o *e-Commerce* é chamado
- (A) mobile marketing.
 - (B) marketing de relacionamento.
 - (C) marketing em tempo real.
 - (D) e-marketing.
 - (E) fone marketing.

41. Há um tipo de comunicação que corresponde à somatória dos serviços de comunicação feitos sinergicamente por uma ou várias organizações e que tem em vista, sobretudo, os públicos a serem atingidos e a consecução dos objetivos propostos, em busca da eficácia da relação comunicativa mediante uma ação conjugada de todas as áreas que produzem, emitem e veiculam mensagens para os diferentes públicos.

(www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1922-1.pdf – Adaptado)

O texto refere-se à Comunicação

- (A) Sistematizada.
 - (B) Institucional.
 - (C) Integrada.
 - (D) Mercadológica.
 - (E) Corporativa.
42. A Comunicação Interna não se restringe à chamada comunicação _____, aquela que flui da direção para os empregados, mas inclui, obrigatoriamente, a comunicação _____ (entre os segmentos deste “público interno”) e a comunicação _____, que estabelece o feed-back e instaura uma efetiva comunicação.

(http://www.comunicacaoempresarial.com.br – Adaptado)

As palavras que completam o conceito são, respectivamente:

- (A) horizontal ... ascendente ... descendente
 - (B) descendente ... horizontal ... ascendente
 - (C) ascendente ... descendente ... horizontal
 - (D) ascendente ... horizontal ... descendente
 - (E) horizontal ... descendente ... ascendente
43. Três estudiosos da comunicação opinaram sobre um fenômeno que prejudica o equilíbrio emocional no interior de uma empresa:

Allport: A quantidade de _____ varia segundo a importância do assunto, multiplicada pela ambiguidade do tema.

Ralph Rosnow: O _____ é uma espécie de hipótese, uma especulação que ajuda as pessoas a darem sentido a uma realidade caótica ou que lhes faculta um tênue sentimento de controle sobre o mundo ameaçado.

Kinnel: Quanto mais pessoas se assustam com um _____ mais o apregoam.

Esses três autores referem-se ao

- (A) comentário
- (B) *feedback* ou resposta
- (C) diálogo
- (D) rumor ou boato
- (E) depoimento

44. Assinale a opção de resposta em que todas as mídias são digitais.
- (A) Computador, MiniDisc, Compact Disc.
 - (B) Jornal impresso, Telefone Fixo, Compact Disc.
 - (C) Revista impressa, rádio de cabeceira, televisão.
 - (D) DVD, Boletim impresso, Computador.
 - (E) CD-R, Telefone Celular, filipeta.
45. Na área de *business* há um termo em inglês amplamente utilizado para designar as partes interessadas, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar o negócio, por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ele afetado: público interno, fornecedores, acionistas, consumidores, comunidade, governo, etc.
- (Instituto Ethos – Adaptado)
- O termo que designa esse agente de influência é
- (A) *olympian*.
 - (B) *capitalist*.
 - (C) *stakeholder*.
 - (D) *lobbyist*.
 - (E) *buyer*.
46. Assinale a frase que pertence a um profissional da área de *branding*:
- (A) Sou responsável pelo plano de propaganda, que pode ser considerado o guarda-chuva sob o qual todo o trabalho da agência é desenvolvido junto ao cliente.
 - (B) Na minha área, as pessoas têm sensibilidade acima da média, são bem informadas, audaciosas e questionadoras.
 - (C) A minha função é predominantemente técnica. Trabalho com números e devo ter facilidade para lidar com cálculos, dados de pesquisa e ter uma visão “da floresta”, não apenas da “arvore”.
 - (D) Dou “a última volta do parafuso”. Por isso, devo ter a capacidade de solucionar problemas, ter criatividade e saber improvisar.
 - (E) Na minha opinião, os empresários associam marca a publicidade e propaganda quando, na verdade, é uma etapa anterior.
47. Não é a cultura dos fanáticos da Internet, é uma transformação profunda da noção mesma de cultura” – apressa-se em explicar Pierre Lévy, em entrevista à “@rchipress”. Como tal, reflete a “universalidade sem totalidade”, algo novo se comparado aos tempos da oralidade primária e da escrita. É universal porque promove a interconexão generalizada, mas comporta a diversidade de sentidos, dissolvendo a totalidade. Em outras palavras: a interconexão mundial de computadores forma a grande rede, mas cada nó dela é fonte de heterogeneidade e diversidade de assuntos, abordagens e discussões, em permanente renovação.
- (http://www.uff.br/mestcii/angele2.htm – Adaptado)
- O texto trata
- (A) da Sociedade do Espetáculo.
 - (B) da Teoria da Conspiração.
 - (C) da Cibercultura.
 - (D) da Etnometodologia.
 - (E) da Antropologia Estrutural.
48. Uma empresa bem estruturada procura apresentar aos seus clientes uma personalidade própria, que a difere de suas concorrentes. Para isso, cria um conjunto de atributos que a torna uma empresa especial, única. Esses atributos são classificados em *essenciais* e *acidentais*. Os primeiros são os atributos que se referem ao propósito da empresa, à missão e aos valores; os atributos acidentais contribuem para a descrição da empresa, mas não definem a sua essência.
- (http://www.knoow.net – Adaptado)
- Esses atributos constituem
- (A) a Logomarca.
 - (B) o Logotipo.
 - (C) a Marca.
 - (D) o Endomarketing.
 - (E) a Identidade Corporativa.
49. Cabe, geralmente, ao setor de Atendimento das agências, a tarefa e a responsabilidade de obter informações e levantar dados sobre produto, mercado, consumidor, empresa, além das especificações sobre os objetivos mercadológicos e de investimentos do cliente para
- (A) definir o *briefing*.
 - (B) planejar o *target*.
 - (C) fazer o *checking*.
 - (D) criar o *Mock-up*.
 - (E) determinar o *cash-flow*.
50. Um consultor de comunicação criticou o “BG” de um spot para ser veiculado em rádio. Do seu ponto de vista, a locução foi prejudicada. Nesse caso, deve-se entender “BG” como
- (A) a harmonia entre os elementos sonoros do spot.
 - (B) a música que fica ao fundo da locução.
 - (C) a falta de identidade entre a voz do locutor e a música de fundo.
 - (D) o ritmo da música escolhida, que não remete o ouvinte ao produto.
 - (E) a falta de coerência entre o tamanho do texto e o tempo do spot.
51. A amostragem probabilística que consiste em atribuir a cada elemento da população um número único para depois selecionar alguns desses elementos de forma casual, para garantir que essa escolha seja mesmo casual, é chamada de Amostragem
- (A) Sistemática.
 - (B) por Etapas.
 - (C) por Conglomerado.
 - (D) Aleatória Simples.
 - (E) Estratificada.

52. Também chamados de *Inbound Links*, os *Backlinks* são importantes para Otimização de Busca Natural (SEO), porque alguns buscadores dão mais crédito aos Sites que possuem um bom número de *backlinks* de qualidade. Sites com melhores *backlinks* geralmente se posicionam melhor nas páginas de resultados de busca (SERPs).

(www.linkaonline.com.br – Adaptado)

Backlinks são

- (A) sites patrocinados que têm relação com outro site de conteúdo similar.
 - (B) links que permanecem durante muito tempo indicados por outros sites.
 - (C) sites de *e-commerce* que divulgam links para mídias sociais.
 - (D) links em sites terceiros que apontam para uma página de determinado site.
 - (E) sites que hospedam links para sites do governo.
53. No final do século passado, a propaganda foi utilizada largamente para projetar ao mundo a superioridade das propostas sociais dos sistemas políticos dominantes, ao mesmo tempo em que incutia a ideia de medo pelo regime oposto. Os Estados Unidos exaltavam seu estilo de vida livre. A ideia a ser propagada era: Norte-americanos são os representantes do bem e da liberdade, lutando pelo mundo contra o mal e a opressão, representados pela URSS. A propaganda do governo Soviético, por sua vez, ressaltou a superioridade do seu regime frente ao imperialismo capitalista, com discurso sempre otimista, com temas como sucesso nacional e produtividade. A propaganda foi um dos instrumentos dessa relação conflituosa, que ficou conhecida como
- (A) Contra-Propaganda.
 - (B) Guerra Fria.
 - (C) Propaganda Fria.
 - (D) Contra Ofensiva.
 - (E) Guerra de Bastidores.

54. O Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, entre outros preceitos, determina que

- I. os veículos faturarão sempre em nome dos anunciantes, enviando as contas a agências por elas responsáveis, para cobrança;
- II. com o objetivo de incentivar a produção de ideias novas de que tanto necessita a propaganda, presume-se sempre que a ideia pertence à Empresa criadora e não pode ser explorada sem que esta dela se beneficie;
- III. é imoral deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas. Recomenda-se, também, que sempre que tais dados sejam utilizados como elemento fundamental de persuasão, mencione-se sua fonte de origem;
- IV. o plágio, ou a simples imitação de outra propaganda, é prática condenada e vedada ao profissional;
- V. a propaganda é sempre ostensiva. A mistificação e o engodo, escondendo a propaganda, são expressamente repudiados pelos profissionais de propaganda.

É possível afirmar que

- (A) apenas os dois primeiros preceitos pertencem ao Código.
 - (B) as normas IV e V são falsas e as outras, verdadeiras.
 - (C) todas as normas são verdadeiras.
 - (D) todas as normas são falsas.
 - (E) só a norma III não pertence ao Código.
55. _____ é uma ação que busca abrir um canal de comunicação entre a empresa e o público. As empresas não patrocinam projetos culturais por caridade e sim para obter retorno. Fala-se em _____ quando uma empresa, em geral representada por seu dono ou presidente, tem interesse em determinada área e investe sem aguardar retorno.

(pdq.com.br – Adaptado)

As palavras que completam a frase são, respectivamente:

- (A) Mecenato ... Marketing Cultural
- (B) Patrocínio ... Mecenato
- (C) Marketing Cultural ... Patrocínio
- (D) Patrocínio ... Marketing Cultural
- (E) Marketing Cultural ... Mecenato

56. Observe as mídias sociais.

- I. *MySpace* A. Rede social e compartilhamento de música.
- II. *Youtube* B. Rede social e compartilhamento de fotos.
- III. *Flickr* C. Rede Social e compartilhamento de vídeo.
- IV. *Last fm* D. Rede Social

É correta a seguinte relação entre a mídia social e sua aplicação:

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

57. A Companhia Docas do Estado de São Paulo – CODESP – divulgou a Relação das Despesas de Publicidade de 2010. No item Material Promocional, o documento faz referência à Planilha n.º 2010003 – 15.03.2010, referente a custos relativos à criação, finalização e impressão da capa, divisor de capítulos e padronização do miolo para o Relatório Anual 2009. Quantidade: 200 unidades, no tamanho 43 X 29,3 cm, 4 X 0 brilho 230 g, prova Match Print, laminação BOPP = 2 lado(s).

Laminação BOPP é atividade de

- (A) criação.
- (B) arte final.
- (C) pré-impressão.
- (D) acabamento.
- (E) impressão.

58. O Diretor de Comunicação da Companhia resolveu fazer um *hot site* para divulgar a modernização dos serviços do Porto de Santos. Sobre um *hot site*, é possível afirmar que se trata de um site

- (A) permanente, com informações complementares ao site principal.
- (B) com vida predeterminada.
- (C) temporário, criado para disseminar polêmica entre os concorrentes.
- (D) criado exclusivamente para divulgar informações para o público interno.
- (E) secundário, construído para manter o público informado durante a manutenção do site principal.

59. O combate à dengue gerou diversas campanhas. Entre elas, uma do Governo Federal, que mostrou as formas de prevenção ao mosquito e outra, de uma indústria de química, que fazia referência às qualidades de seu inseticida no combate ao mosquito. Elas são, respectivamente,

- (A) publicidade e propaganda.
- (B) propaganda e anúncio.
- (C) anúncio e publicidade.
- (D) publicidade e publicidade.
- (E) propaganda e publicidade.

60. O *Bluetooth* é uma tecnologia que permite a comunicação rápida, segura e de baixo custo entre computadores, telefones, *smartphones*, celulares e outros dispositivos.

(www.infowester.com – Adaptado)

O *Bluetooth* utiliza

- (A) a transmissão elétrica.
- (B) cabos ópticos.
- (C) ondas de rádio.
- (D) ondas infravermelhas.
- (E) cabos coaxiais.

