



Universidade de São Paulo  
Brasil



CONCURSOS ÁREAS DIVERSAS USP  
ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (ESPECIALIDADE: PRODUÇÃO EDITORIAL)  
EDITAL RH Nº 24/2024

Instruções

1. **Só abra este caderno quando o fiscal autorizar.**
2. Verifique se o seu nome está correto na capa deste caderno e se a folha de respostas pertence ao **grupo J2**. Informe ao fiscal de sala eventuais divergências.
3. Durante a prova, são **vedadas** a comunicação entre candidatos e a utilização de qualquer material de consulta e de aparelhos de telecomunicação.
4. Duração da prova: **5 (cinco) horas**. Cabe ao candidato controlar o tempo com base nas informações fornecidas pelo fiscal. O(A) candidato(a) poderá retirar-se da sala definitivamente após decorridas **2 (duas) horas** de prova. Não haverá tempo adicional para preenchimento das folhas de respostas.
5. Lembre-se de que a FUVEST se reserva ao direito de efetuar procedimentos adicionais de identificação e controle do processo, visando a garantir a plena integridade do exame. Assim, durante a realização da prova, será coletada por um fiscal uma **foto** do(a) candidato(a) para fins de reconhecimento facial, para uso exclusivo da USP e da FUVEST. A imagem não será divulgada nem utilizada para quaisquer outras finalidades, nos termos da lei.
6. Após a autorização do fiscal da sala, verifique se o caderno está completo. Ele deve conter **70 (setenta)** questões objetivas, com 5 (cinco) alternativas cada, e **1 (uma)** questão dissertativa. Informe ao fiscal de sala eventuais divergências.
7. Preencha as folhas de respostas com cuidado, utilizando caneta esferográfica de **tinta azul ou preta**. As folhas de respostas **não serão substituídas** em caso de rasura.
8. Ao final da prova, é **obrigatória** a devolução das folhas de respostas acompanhadas deste caderno de questões.

**Declaração**

Declaro que li e estou ciente das informações que constam na capa desta prova, na folha de respostas, bem como dos avisos que foram transmitidos pelo fiscal de sala.

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA

O(a) candidato(a) que não assinar a capa da prova será considerado(a) ausente da prova.



RASCUNHO



TEXTO PARA AS QUESTÕES 01 E 02

Cultura refere-se ao significado que um grupo social dá à sua experiência, incluindo aqui ideias, crenças, costumes, artes, linguagem, moral, direito, culinária etc. A cultura é dinâmica, se recicla incessantemente incorporando novos elementos, abandonando antigos, mesclando os dois, transformando-os num terceiro com novo sentido. Tratamos, portanto, do mundo das representações, incorporadas simbolicamente na complexidade das manifestações culturais. Cultura não é acessório da condição humana, é sim seu substrato. O ser humano é humano porque produz cultura, dando sentido à experiência objetiva, sensorial. Daí a importância da interação social do “outro”, na construção dos espaços simbólicos, onde expressamos nossa existência humana, em termos de múltiplas identidades.

Quando se diz que alguém “não tem cultura”, a referência é à sofisticação, sabedoria, de educação no sentido restrito do termo. Ou seja, pressupõe-se que o volume de leituras, controle de informações e títulos universitários equivalham à “inteligência”. A cultura em seu sentido antropológico, por outro lado, transcende a noção de refinamento intelectual (cujo adjetivo é “culto”, e não “cultural”). A cultura permite traduzir melhor a diferença entre nós e os outros e, assim fazendo, resgatar a nossa humanidade no outro e a do outro em nós mesmos.

Dar sentido à experiência, ao estar-no-mundo, representá-la através de símbolos e orientar os indivíduos, uns em relação aos outros, dotando-os de identidades, também é característica daquilo que entendemos por arte. É uma área de conhecimento que opera com a organização imaginativa do sujeito a partir da experiência universal da humanidade e das experiências particulares de cada um, resguardados os princípios da unidade na diversidade, da harmonia na heterogeneidade e do equilíbrio nas diferenças, consolidando-se como fator de humanização, de socialização e de fortalecimento da identidade cultural.

A arte é um meio de representação da realidade, uma construção social, percepção de nós mesmos no mundo possibilitando-nos assumir modelos de identidade e comportamento. Tais representações do mundo podem nos inspirar para a compreensão do presente e criação de alternativas para o futuro.

Gruman, M. Caminhos da cidadania cultural: o ensino de artes no Brasil. *Educar em Revista*, Curitiba, Brasil, n. 45, p. 199-211, jul/set. 2012. Editora UFPR. Adaptado.

01

No texto, a cultura é descrita como dinâmica, pois

- (A) mantém a integridade de representações simbólicas e seus significados originais.
- (B) indica a aceitação imotivada dos modos de vida do outro.
- (C) analisa manifestações culturais rígidas com tendência a imposição de valores estritos.
- (D) desvincula o homem de uma teia de sentidos em harmonia com o mundo material.
- (E) integra aspectos novos, relega os anteriores e mistura ambos para gerar significados inéditos.

02

No texto, as expressões “unidade na diversidade”, “harmonia na heterogeneidade” e “equilíbrio nas diferenças”, em relação à arte e à cultura,

- (A) mostram a dimensão negativa dos conflitos e tensões sociais.
- (B) alertam para a vantagem da homogeneização ou padronização cultural.
- (C) destacam críticas à liberdade artística e à produção de conteúdos independentes.
- (D) revelam a supressão de vozes e perspectivas de grupos minoritários.
- (E) sublinham a necessidade de apreciar e respeitar a variedade de culturas.

03



<https://cartum.folha.uol.com.br.Galvão Bertazzi>. Acesso em: 01/03/2024.

Na tirinha, o maior efeito cômico do diálogo, sobre o uso da tecnologia e o hábito de leitura na vida da criança, deriva

- (A) do fato de o marido ignorar parte das respostas da esposa.
- (B) da ausência premeditada de contato visual entre o homem e a mulher.
- (C) da lamentação do pai em relação ao presente de aniversário da filha.
- (D) da discrepância entre as preocupações dos pais e suas próprias ações.
- (E) da irritação da mãe com o fato de precisar repetir suas perguntas.



## TEXTO PARA AS QUESTÕES DE 04 A 06

Manter a ética profissional nas relações de trabalho é importante para promover um ambiente justo, motivador e com base na honestidade para todos, desde colaboradores até a alta gestão.

A ética profissional representa um conjunto de ações, princípios, valores e comportamentos no trabalho. Eles são, geralmente, transformados em “normas” que devem ser seguidas pelos colaboradores para cultivar um ambiente seguro e íntegro.

A importância da ética profissional pode ser vista tanto do lado da companhia quanto dos colaboradores. É uma via de mão dupla — com ela é possível construir relações valiosas e com base na confiança, formando uma cultura organizacional forte, capaz de inspirar os colaboradores e trazer mais propósito para o grupo.

A ética profissional serve para melhorar diversos indicadores da empresa, sejam eles tangíveis ou subjetivos, percebidos pelo público e comunidade.

O processo de construção de um ambiente de trabalho ético requer esforço e dedicação por parte de todos. Uma das maneiras de promover a ética de forma prática e executável nos mais diferentes nichos de negócio inclui, por exemplo, contratar novos talentos alinhados com os pilares éticos da companhia, desde o início da jornada dos colaboradores.

Assim, reduzem-se os riscos de descobrir que algum profissional reproduz comportamentos não adequados após meses — ou até anos — de atuação. O efeito de colaboradores desalinhados com a cultura pode ser bem negativo, gerando uma “contaminação” de grupos e aumento nos níveis de desmotivação.

Outra maneira de promover a ética de forma prática é treinando líderes. Já é bem conhecida a crença de que “o exemplo vem de cima”. No mundo corporativo, esse ensinamento tem muito valor. Líderes com comportamentos duvidosos, que fujam das práticas éticas da empresa, tendem a desencorajar os colaboradores ou influenciá-los negativamente, levando-os a fazerem o mesmo.

<https://exame.com/carreira/guia-de-carreira/como-promover-a-etica-profissional-no-trabalho-veja-exemplos>. Acesso em 05/03/2024. Adaptado.

**04**

De acordo com o texto, um possível desafio envolvido no processo de implantação de um ambiente de trabalho ético inclui

- (A) casos de apropriação indevida de informações dos clientes.
- (B) falta de um código de normas e valores documentado por escrito.
- (C) obliteração de um canal de comunicação livre dentro da empresa.
- (D) imunidade dos colaboradores às interferências políticas.
- (E) funcionários fora de sintonia com a identidade corporativa.

**05**

No contexto, a expressão “via de mão dupla” (3º parágrafo) compreende, em relação à ética,

- (A) idealismo, treinamento e resultados.
- (B) renúncia, monitoramento e método.
- (C) reciprocidade, responsabilidades e objetivos.
- (D) pragmatismo, economia e desregramento.
- (E) expectativa, avaliação e incerteza.

**06**

No texto, o emprego do gerúndio no trecho “Outra maneira de promover a ética de forma prática é treinando líderes.” (7º parágrafo) indica

- (A) modo.
- (B) ênfase.
- (C) concessão.
- (D) objetividade.
- (E) proporção.

**07**

O filósofo grego Sócrates acreditava que as ideias escritas caíam no esquecimento. Agora, milhares de anos depois, estamos na posição privilegiada de poder discutir o pensamento de Sócrates, porque ele foi justamente escrito. Hoje em dia, comentaristas dizem com frequência que a palavra escrita, ou seja, os livros, é melhor do que computadores para o ensino.

O argumento usado para justificar essa afirmativa é o mesmo de Sócrates em relação à escrita: o esquecimento. À medida que cada vez mais salas de aula trocam os livros impressos por obras e outros materiais digitais, pesquisadores analisam o impacto dessa mudança sobre o aprendizado das crianças.

O campo é novo e ainda não há consenso científico sobre o que é melhor para o aprendizado das crianças, se são os livros ou os dispositivos digitais.

<https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2024/02/livro-x-computador-o-que-e-melhor-para-aprendizagem.shtml>. Acesso em: 16/02/2024. Adaptado.

Conforme o texto, no debate sobre o uso dos livros físicos *versus* ferramentas digitais, na aprendizagem das crianças, a referência ao pensamento de Sócrates tem por função

- (A) evidenciar a integração entre livros impressos e ambientes digitais.
- (B) destacar as assimetrias nas condições de acesso às tecnologias nas escolas.
- (C) questionar as metodologias empregadas no ensino da habilidade de escrita filosófica.
- (D) ilustrar o argumento segundo o qual informações no formato digital tendem ao esquecimento.
- (E) defender a modernidade e a eficácia nas plataformas de ensino *online*.



08

O que será a crônica? Esse gênero de literatura ligado ao jornal está entre nós há mais de um século e se aclimatou com tanta naturalidade, que parece nosso. Despretensiosa, próxima da conversa e da vida de todo dia, a crônica tem sido, salvo alguma infidelidade mútua, companheira quase que diária do leitor brasileiro.

São vários os significados da palavra crônica. Todos, porém, implicam a noção de tempo, presente no próprio termo, que procede do grego *chronos*. Um leitor atual pode não se dar conta desse vínculo de origem que faz dela uma forma do tempo e da memória, um meio de representação temporal dos eventos passados, um registro da vida escoada. Mas a crônica sempre tece a continuidade do gesto humano na tela do tempo.

Lembrar e escrever: trata-se de um relato em permanente relação com o tempo, de onde tira, como memória escrita, sua matéria principal, o que fica do vivido – uma definição que se poderia aplicar igualmente ao discurso da história, a que um dia ela deu lugar. Assim, a princípio ela foi crônica histórica, como a medieval: uma narração de fatos históricos segundo uma ordem cronológica, conforme dizem os dicionários, e por essa via se tornou uma precursora da historiografia moderna. Enquanto gênero, a crônica supõe uma sociedade para a qual importa experiência progressiva do tempo, um passado que se possa concatenar significativamente, a história, enfim, e não apenas um tempo cíclico e repetitivo, implicado noutra forma de narrativa – o mito. Presa ao calendário dos feitos humanos e não às façanhas dos deuses, a crônica pode constituir o testemunho de uma vida, o documento de toda uma época ou um meio de se inscrever a história no texto.

<https://cronicabrasileira.org.br/artes-da-cronica>. Fragmentos sobre a crônica Davi Arrigucci. Acesso em 03/03/2024. Adaptado.

Considere o trecho retirado do texto: “Enquanto gênero, a crônica supõe uma sociedade para a qual importa experiência progressiva do tempo, um passado que se possa concatenar significativamente, a história, enfim, e não apenas um tempo cíclico e repetitivo, implicado noutra forma de narrativa – o mito.” (3º parágrafo)

Mantendo-se, em linhas gerais, o sentido original, o trecho selecionado está reescrito de forma resumida em:

- (A) O gênero crônica é comparado de forma direta a outros gêneros literários, enfatizando um ponto olvidado no tempo da história da sociedade.
- (B) A crônica pressupõe uma sociedade que valoriza a história e a progressão temporal, não apenas narrativas cíclicas como o mito.
- (C) A crônica enquanto gênero se descola da sociedade produtiva e se conecta com as narrativas míticas.
- (D) A sociedade atual refuta certos aspectos do tempo histórico da crônica, priorizando abordagens prioritariamente míticas.
- (E) Tanto a crônica quanto o mito compartilham de características estruturais ausentes nas narrativas cronológicas.

TEXTO PARA AS QUESTÕES DE 09 A 11

Among my fellow punctuation nerds, I have a reputation as someone who does not see any use for semicolons. Cecelia Watson, who teaches at Bard College, has written a whole book about them: “Semicolon: The Past, Present, and Future of a Misunderstood Mark.”

Watson, a historian and philosopher of science and a teacher of writing and the humanities—in other words, a Renaissance woman—gives us a deceptively playful-looking book that turns out to be a scholarly treatise on a sophisticated device that has contributed eloquence and mystery to Western civilization.

The semicolon itself was a Renaissance invention. It first appeared in 1494, in a book published in Venice by Aldus Manutius. “De Aetna,” Watson explains, was “an essay, written in dialogue form,” about climbing Mt. Etna. The mark was a hybrid between a comma and a colon, and its purpose was to prolong a pause or create a more distinct separation between parts of a sentence.

The problem with the semicolon is not how it looks but what it does and how that has changed over time. In the old days, punctuation simply indicated a pause. Comma, colon; semicolon; period. Eventually, grammarians and copy editors came along and made themselves indispensable by punctuating (“pointing”) a writer’s prose “to delineate clauses properly, such that punctuation served syntax.” That is, commas, semicolons, and colons were included in a sentence in order to highlight, subordinate, or otherwise conduct its elements, connecting them syntactically. One of the rules is that, unless you are composing a list, a semicolon is supposed to be followed by a complete clause, capable of standing on its own. The semicolon can take the place of a conjunction, like “and” or “but,” but it should not be used in addition to it.

<https://www.newyorker.com/culture/comma-queen/sympathy-for-the-semicolon>. July 15, 2019. Adaptado.

09

Na opinião do narrador do texto, o sinal de ponto e vírgula

- (A) representa atraso em termos linguísticos.
- (B) é invenção considerada dispensável.
- (C) causa dificuldades para revisores de textos.
- (D) tem seu uso confundido com o da vírgula.
- (E) é predominante em transcrição de diálogos.

10

No texto, a expressão “deceptively playful-looking” (2º parágrafo) indica que o livro de Cecelia Watson

- (A) apresenta argumentos contraditórios.
- (B) é recomendado a estudantes universitários.
- (C) é ilusoriamente divertido e lúdico.
- (D) tem como leitor-alvo o estudioso da Idade Média.
- (E) produz na leitura efeito de ritmo crescente.



## 11

O texto afirma que, com o passar do tempo, o ponto e vírgula, entre outros aspectos,

- (A) foi empregado de modo excessivo em textos poéticos.
- (B) teve como função preceder orações completas e independentes.
- (C) gerou debate entre gramáticos sobre manuais de escrita.
- (D) acabou sendo preterido por outros sinais de pontuação.
- (E) contribuiu para a padronização de recursos estilísticos.

## 12

The terrible food in hospitals has long been one of the greatest contradictions in health care. Over the past few years, several doctors have spoken out about the lack of healthy food options and how frustrating it can be to tell their patients to make dietary changes, only to have that guidance undermined by the very hospital treating their patients. But now, some hospitals are taking note.

Across the country, medical centers are hiring executive chefs, working closely with nutritionists and dietitians, and striving to ensure that patients with a wide range of dietary needs and restrictions are getting not only the nourishment they need while in the hospital, but the information they need to keep from coming back.

Hospital malnutrition affects 30-50% of patients worldwide, according to a September 2019 study published in the Journal of Parenteral and Enteral Nutrition.

How to prioritize healthy food is a question that chef Christopher Dickens at Southeast Health in Alabama is also asking as the hospital and the food facilities go through a ground-up renovation that's putting healthier options at the forefront.

"Our patients can't choose where they are, how they feel. They just don't have a lot of choice," Dickens said. "If we don't do everything in our power to make sure that's a great experience, then shame on us."

He explained that the hospital is trying to move away from processed foods, refined sugars, and excess oil "so that we can produce a product that truly helps our patient, and our community and our staff, with overall health." Dickens continued. "People have their preconceived notions of what hospital food is, and we want to break those. We know that food is medicine," said Dickens, "and we need to be ahead of the curve."

[https://www.huffpost.com/entry/bad-hospital-food-healthy\\_n\\_5e5d3de2c5b63aaf8f5b0390](https://www.huffpost.com/entry/bad-hospital-food-healthy_n_5e5d3de2c5b63aaf8f5b0390). Mar 16, 2020. Adaptado.

No texto, o excerto que explicita a mudança de atitude de alguns hospitais, em relação à comida servida aos pacientes, é

- (A) "some hospitals are taking note".
- (B) "the nourishment they need while in the hospital".
- (C) "Hospital malnutrition affects 30-50% of patients worldwide".
- (D) "Our patients can't choose where they are, how they feel".
- (E) "People have their preconceived notions of what hospital food is".

## TEXTO PARA AS QUESTÕES DE 13 A 15

Ethical codes evolve in response to changing conditions, values, and ideas. A professional code of ethics must, therefore, be periodically updated, and also rest upon widely shared values.

Although the operating environment of museums grows more complex each year, the root value for museums, the tie that connects all of us together despite our diversity, is the commitment to serving people, both present and future generations.

Historically, museums have owned and used natural objects, living and non-living, and all manner of human artifacts to advance knowledge and nourish the human spirit.

Today, the range of their special interests reflects the scope of human vision. Their missions include collecting and preserving, as well as exhibiting and educating with materials not only owned but also borrowed and fabricated for these ends. Their numbers include both governmental and private museums.

The museum universe in the United States includes both collecting and noncollecting institutions. Although diverse in their missions, they have in common their nonprofit form of organization and a commitment of service to the public. Their collections and/or the objects they borrow or fabricate are the basis for research, exhibits, and programs that invite public participation.

Taken as a whole, museum collections and exhibition materials represent the world's natural and cultural common wealth. As stewards of that wealth, museums are compelled to advance an understanding of all natural forms and of the human experience. It is incumbent on museums to be resources for humankind and in all their activities to foster an informed appreciation of the rich and diverse world we have inherited. It is also incumbent upon them to preserve that inheritance for posterity.

[www.aam-us.org/museumresources/ethics/coe.cfm](http://www.aam-us.org/museumresources/ethics/coe.cfm). Acessado em 22/02/2024. Adaptado.

## 13

De acordo com o texto, em relação à diversidade, a função central dos museus norte-americanos compreende

- (A) emprestar objetos de patrimônio exclusivo a outros países.
- (B) assegurar que conflitos de interesse sejam evitados entre organizações.
- (C) atuar como instituição unificadora, servindo às pessoas de várias gerações.
- (D) manter boas relações com funcionários, respeitando papéis e responsabilidades.
- (E) promover o bem público, em vez do ganho financeiro individual.



## 14

Conforme o texto, constitui elemento comum entre os vários museus nos EUA, apesar de suas missões diversas,

- (A) o uso de novas tecnologias em exposições interativas.
- (B) sua localização em áreas urbanas de intensa movimentação.
- (C) o recebimento de aportes de alto valor a título de doação.
- (D) o estabelecimento de parcerias com Organizações Não Governamentais.
- (E) a maneira como eles estão estruturados, sem visar lucros.

## 15

Considerado o contexto, o termo “stewards” (6º parágrafo) é empregado para designar museus como

- (A) guardiões.
- (B) éticos.
- (C) empreendedores.
- (D) visionários.
- (E) analistas.

## 16

Have you ever taken the time to craft a detailed email to a colleague, or perhaps a text message to a friend, only to have them shoot back a one-line response that makes it clear they didn't read past the first sentence?

The Gazette interviewed Todd Rogers, a behavioural scientist, about his book, “Writing for Busy Readers: Communicate More Effectively in the Real World”.

**Gazette:** You make a distinction between “effective writing” and “beautiful writing.” What do you mean by effective writing?

**Rogers:** Effective writing is practical writing with the goal of getting the reader to understand and potentially respond. The guiding insight for the book is that our readers are not reading what we write carefully.

**Gazette:** You discuss experiments that support strategies for simplifying writing. Could you summarize a few of those tips?

**Rogers:** First: Less is more: fewer words, fewer ideas, fewer requests. Omit needless words, so that's not radical, and it's costless. Eliminating somewhat-useful-but-not-necessary ideas is harder. It's a balance between getting the point across and adding too much. Finally, the more actions a message asks of readers, the less likely readers are to do any one of them. Second: Add structure. Most people aren't reading linearly; they're jumping around.

Third: Use enough formatting, but no more. We found that people interpret underline, **bold**, and highlight as the writer saying to the reader, “this is the most important content.” When writers highlight or bold a section in a document or an email, it dramatically increases the likelihood that people read that portion, but it decreases the likelihood that they read the rest of the message.

<https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/tips-on-how-to-connect-with-people-who-dont-have-time-to-read>. Acesso em: 23/02/2024. Adaptado.

Segundo o texto, uma dificuldade apontada por Todd Rogers, no que diz respeito à simplificação da escrita, refere-se a

- (A) ilustrar conceitos com exemplos do cotidiano.
- (B) priorizar o uso da linguagem acadêmica.
- (C) excluir aspectos úteis, mas dispensáveis.
- (D) limitar o número de caracteres por página.
- (E) aplicar estilos persuasivos de redação.

## 17

Observe a charge a seguir e analise as afirmações apresentadas:



*Folha de São Paulo*

- I. Porque médicos e demais profissionais da saúde podem cometer atos de violência sexual, é garantido à mulher que se submete a exames e procedimentos, estar acompanhada por alguém de sua confiança.
- II. Têm havido, recentemente, acusações de estupro contra jogadores profissionais que atuaram na seleção brasileira de futebol.
- III. Apenas homens com roupas simples, como regatas e camisetas, são potenciais autores de violência sexual contra mulheres.

De acordo com as ideias contidas na charge, estão corretas as afirmações contidas em

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



## TEXTO PARA AS QUESTÕES DE 18 A 20

“Como os rolos de papiro petrificados em razão da erupção do Vesúvio em 79 d.C. não podem ser desenrolados sem serem destruídos, uma nova técnica de tomografias computadorizadas de alta resolução escaneou camada por camada. Mesmo assim, a olho nu não é possível reconhecer letras nas imagens das folhas queimadas a milhares de anos. O desafio consistia, então, em treinar uma inteligência artificial capaz de identificar pequenos padrões de rachaduras que indicassem onde haveria tinta. O diferencial da equipe brasileira foi introduzir no programa uma equação usada na biologia para prever a evolução de uma epidemia, o que tornou o reconhecimento mais rápido.

‘Há 30 ou 40 anos atrás, esse era um material dado como perdido’, enfatiza Odemir Bruno, professor do Departamento de Física e Ciência dos Materiais do Instituto de Física de São Carlos, da USP. Como foram carbonizados pelo calor da erupção, os rolos de papiro são extremamente frágeis. Desde a descoberta, há quase três séculos, diversas máquinas e produtos químicos foram testados para abrir fisicamente os rolos, o que destruiu parte do material. Mesmo assim, cerca de 800 papéis conhecidos estão preservados, aguardando o dia de serem desvendados.”

<https://jornal.usp.br/ciencias/decifrando-os-papiros-carbonizados-pelo-vulcao-vesuvio-com-inteligencia-artificial/> (adaptado)

**18**

O texto reforça a importância da interdisciplinaridade na medida em que

- (A) menciona a aplicação de conhecimentos da computação, da física e da biologia para a construção de uma solução para uma questão arqueológica e etnográfica.
- (B) se vale de um problema histórico para uma simples demonstração de conhecimento teórico, sem aplicação prática.
- (C) parte do específico para o geral por meio de técnicas de abstração e de complementaridade dos saberes para alcançar um resultado com forte impacto na vida social.
- (D) denuncia o emprego, no passado, de técnicas indevidas e que tornaram impossível acessar o conteúdo dos objetos, que eram únicos e acabaram por se perder.
- (E) constrói uma engenhosa inter-relação de saberes desconectados e que permitiram casualmente alcançar um saber.

**19**

Sobre os rolos de papiro, pode-se afirmar que eles não podem ser fisicamente abertos,

- I. pois as circunstâncias físico-químicas da erupção alteraram as fibras originais do material.
- II. na medida em que os produtos usados nos últimos 300 anos acabaram inviabilizando o acesso a seu interior.
- III. mas as técnicas atualmente existentes permitem acessar seu interior de modo não invasivo e reproduzir seu conteúdo.

Estão corretas as afirmativas

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

**20**

A frase ‘Há 30 ou 40 anos atrás, esse era um material dado como perdido’ torna explícita a ideia de que a ciência

- (A) disponível àquela época teria colocado em risco o material arqueológico existente ao empregar técnicas que contribuíram para sua total preservação.
- (B) praticada àquela época era extremamente calcada na especialização fragmentada dos saberes, o que tornava impensável aplicar a inteligência artificial para análise de material arqueológico.
- (C) depende de muita pesquisa básica para o desenvolvimento de técnicas novas que, quando postas em prática, mostram alternativas viáveis a problemas até então insolúveis.
- (D) praticada àquela época era demasiadamente calcada na especialização fragmentada dos saberes, o que tornava os cientistas profissionais extremamente especializados em seus setores de atuação.
- (E) independe da pesquisa em áreas básicas para o desenvolvimento de técnicas especializadas que, quando postas em prática, mostram alternativas viáveis a problemas até então insolúveis.

**21**

“Eu vi um número que a *World Wide Fund for Nature* (WWF) publicou em um relatório dizendo que 1,4 bilhão de pessoas no mundo dependem da floresta, no sentido de ter uma economia ligada a ela. Não é a turma das madeireiras, não, é uma economia que supõe que os humanos que vivem ali precisam de floresta para viver.”

*Futuro Ancestral*. Ailton Krenak.

O texto faz referência a uma economia

- (A) compartilhada.
- (B) ecológica.
- (C) socialista.
- (D) circular.
- (E) capitalista.





22

Leia o fragmento a seguir:

“Se um índio caiapó vai a Brasília para discutir com o governo brasileiro a extensão da reserva caiapó, ou se vai a Paris para mobilizar as pessoas contra a construção de barragens que vão inundar suas terras, ele não vai contar que sonhou com um caititu. Não faria o menor sentido. Ele vai dizer que os índios são os guardiões da floresta sagrada porque todo mundo entende esse tipo de discurso. Isso não tem muita relação com o que os caiapós pensam, tem mais a ver com o que os ambientalistas pensam.”

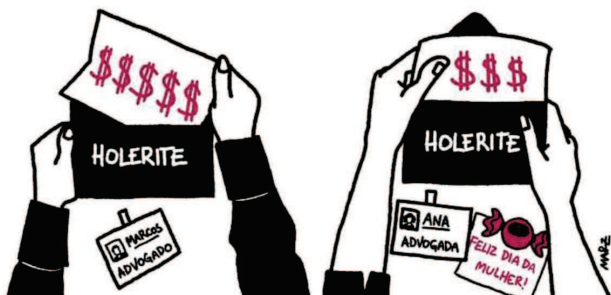
*Outras naturezas, outras culturas.* Philippe Descola.

Com base no texto, pode-se afirmar que povos

- (A) de diferentes culturas tendem a se aliar a partir de interesses comuns, adaptando inclusive seu discurso.
- (B) de culturas assemelhadas possuem muita dificuldade de convergência, em razão de interesses comuns não satisfeitos historicamente.
- (C) de diferentes religiões atribuem sacralidade a forças naturais ou a entidades sobrenaturais semelhantes, o que contribui para suas estratégias de entendimento recíproco.
- (D) com mesma religião tendem a convergir em ideias e a estabelecer alianças duradouras.
- (E) com semelhantes fundamentos econômicos tendem a construir um fluxo mercantil intenso e lucrativo.

23

Observe a charge a seguir publicada por ocasião do Dia Internacional da Mulher de 2024:



*Folha de São Paulo*

Considerando o contexto e de acordo com a ideia contida na charge, é possível afirmar que Ana e Marcos

- (A) são advogada júnior e advogado sênior, respectivamente.
- (B) trabalham em escritórios de advocacia diferentes e, por isso, recebem salários distintos.
- (C) têm diferentes clientes e, por isso, faturam de modo diferenciado.
- (D) são advogados celetistas de uma mesma empresa ou escritório que pratica discriminação de gênero.
- (E) são sócios de um mesmo escritório que pratica equidade de gênero.

24

“Vilém Flusser profetiza: o ser humano, com os seus aparatos digitais, vive já hoje a ‘vida intangível’ de amanhã. É característica a essa nova vida a ‘atrofia das mãos’. Os aparatos digitais fazem com que as mãos murchem. Eles significam, porém, uma libertação do fardo da matéria. O ser humano do futuro não precisará mais de mãos. Ele não precisará mais lidar com alguma coisa e trabalhá-la, pois ele não tem mais de lidar com coisas materiais, mas sim apenas com informações intangíveis. No lugar das mãos, entram os dedos. O novo ser humano *passa os dedos*, em vez de *agir*.”

*No enxame.* Byung Chul-Han.

Na sequência do pensamento exposto pelo filósofo germano-coreano, “a era do digital não é uma era do ócio”, mas se caracterizaria como uma era

- (A) do equívoco.
- (B) do anseio.
- (C) do desempenho.
- (D) da angústia.
- (E) da esperança.

25

O parágrafo 2 do artigo 75 do Regimento Geral da USP descreve o cancelamento de matrícula na graduação por ato administrativo. Em 2022, esse parágrafo sofreu alteração para incluir um novo motivo de cancelamento, em sintonia com as mudanças na universidade nos últimos anos. Esse motivo se relaciona

- (A) a um desempenho escolar insatisfatório, com média ponderada abaixo de 6,0.
- (B) ao término de uma graduação prévia, em curso da mesma área de conhecimento.
- (C) à matrícula simultânea em dois cursos de graduação ou pós-graduação de universidades públicas.
- (D) ao aluno não fazer jus à política de inclusão da qual se beneficiou para ingresso na USP.
- (E) ao aluno não cumprir os créditos mínimos necessários, se solicitou trancamento total.

26

O Título V do Estatuto cuida das Unidades e menciona, em seus capítulos, diversos órgãos, cargos e funções. Destes, o único que pode não existir, a critério da Unidade, é o(a)

- (A) Diretor(a).
- (B) Vice-Diretor(a).
- (C) Conselho Técnico-Administrativo.
- (D) Congregação.
- (E) Departamento.



## TEXTO PARA AS QUESTÕES DE 27 A 29

A USP é uma Universidade de Ensino, Pesquisa e Extensão, organizada em Escolas, Institutos e Faculdades. Além destas divisões organizacionais, Museus, Órgãos de Integração, que incluem Institutos especializados e Núcleos de Apoio, e Órgãos Complementares são previstos no Estatuto da USP para o cumprimento de funções específicas.

**27**

Acerca da terminologia Escola, Institutos e Faculdade, pode-se afirmar que existe entre esses entes uma relação de

- (A) fungibilidade, inexistindo, nos termos estatutários, diferenças ontológicas.
- (B) fungibilidade, inexistindo, nos termos estatutários, diferenças hierárquicas.
- (C) complementaridade, existindo, nos termos estatutários, diferenças hierárquicas e ontológicas.
- (D) complementaridade, inexistindo, nos termos estatutários, diferenças ontológicas.
- (E) fungibilidade, existindo, nos termos estatutários, diferenças hierárquicas e ontológicas.

**28**

Acerca do *status* dos Museus na Universidade, pode-se afirmar que

- (A) sempre gozaram de diferenciação estatutária.
- (B) passaram a gozar de diferenciação estatutária quando foi inaugurada a praça dos museus, no campus da Capital, que concentrou os museus da USP num mesmo local.
- (C) passaram a gozar de diferenciação estatutária em 2010, mantendo-se em patamar diferenciado relativamente às Escolas, Faculdades e aos Institutos.
- (D) passaram a gozar de diferenciação estatutária em 2010, quando tiveram suas funções equiparadas às Escolas, Faculdades e aos Institutos.
- (E) perderam autonomia na reforma estatutária de 2010, submetendo-se à coordenação da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária.

**29**

Com relação aos Órgãos de Integração, pode-se afirmar:

- (A) Institutos Especializados possuem maior estabilidade institucional, pois são criados pelo Conselho Universitário e citados nominalmente no Regimento Geral da USP.
- (B) Núcleos de Apoio possuem maior estabilidade institucional, pois são criados pelo Conselho Universitário e citados nominalmente no Regimento Geral da USP.
- (C) Institutos Especializados possuem menor estabilidade institucional, pois são criados pelas Pró-Reitorias respectivas, ainda que citados nominalmente no Regimento Geral da USP.

- (D) Núcleos de Apoio possuem menor estabilidade institucional, pois são criados pelas Pró-Reitorias respectivas, ainda que citados nominalmente no Regimento Geral da USP.
- (E) Institutos Especializados possuem menor estabilidade institucional, pois são criados pelas Pró-Reitorias respectivas e, por isso, não são citados nominalmente no Regimento Geral da USP.

**30**

Nos termos do Código de Ética da USP, é dever dos membros da Universidade:

- (A) Observar as normas do Código de Ética, visando dificultar o funcionamento de suas estruturas, o respeito, os bons costumes e preceitos morais e a valorização do nome e da imagem da Universidade.
- (B) Defender e promover medidas em favor do ensino superior público, apenas, e do desenvolvimento da ciência, das artes e da cultura, bem como contribuir para a dignidade, o bem-estar do ser humano e o progresso social.
- (C) Propor e defender medidas em favor dos privilégios de seus membros e de seu aperfeiçoamento e estagnação.
- (D) Prestar colaboração ao Estado e à sociedade no esclarecimento e na busca e encaminhamento de soluções em questões relacionadas com o bem-estar do ser humano e com o desenvolvimento cultural, social e econômico.
- (E) Incentivar a construção de uma dada verdade.

**31**

Nos termos do Código de Ética da USP, NÃO constitui dever funcional e acadêmico dos membros da Universidade:

- (A) Aprimorar continuamente os seus conhecimentos.
- (B) Garantir o reconhecimento dos direitos de propriedade intelectual exclusivamente para a USP, quando gerado no âmbito de suas atividades.
- (C) Corrigir erros, omissões, desvios ou abusos na prestação das atividades voltadas às finalidades da Universidade.
- (D) Promover e preservar a privacidade e o acesso adequado aos recursos computacionais compartilhados.
- (E) Promover a melhoria das atividades desenvolvidas pela Universidade, garantindo sua qualidade.



**32**

Considere as seguintes afirmações:

- I. Os membros da USP devem abster-se de declarar qualificação funcional ou acadêmica que não possuam ou utilizar títulos genéricos que possam induzir a erro.
- II. Os membros da USP devem abster-se de divulgar informações de maneira sensacionalista, promocional ou inverídica.
- III. Os membros da USP devem abster-se de comentar fatos cuja veracidade e procedência não tenham sido confirmadas ou identificadas.
- IV. Os membros da USP devem abster-se de fazer uso de mandato representativo de categoria para auferir benefícios próprios ou para exercer atos que prejudiquem os interesses da Universidade.

Estão corretas as afirmações contidas em

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

**33**

Com o surgimento da imprensa sindical e o aumento da demanda por transparência nas atividades relacionadas ao bem-estar público, a comunicação empresarial emergiu como uma resposta às exigências da sociedade. Isso representou uma oportunidade de negócio para profissionais atentos, como o norte-americano Ivy Lee. Ex-jornalista de economia de veículos como o *The New York Times*, Lee começou a oferecer serviços inovadores: informações empresariais autorizadas pelas próprias empresas, visando influenciar a opinião pública.

Com base na leitura da obra referida no trecho, indique a alternativa mais adequada às características da comunicação organizacional proposta por Ivy Lee, que são utilizadas até hoje em estratégias de comunicação integrada. Para melhorar a imagem pública de seus assessorados, Lee defendia, diante dos veículos de comunicação, alguns preceitos, como:

- (A) Informação paga e controlada, exata, de interesse público e de uso facultativo pela imprensa.
- (B) Informação gratuita, exata, de interesse público e de uso compulsório pela imprensa.
- (C) Informação gratuita, exata, de interesse público e de uso facultativo pela imprensa.
- (D) Informação gratuita, exata, de interesse interno da empresa e de uso facultativo pela imprensa.
- (E) Informação gratuita, imprecisa, de interesse público e de uso controlado pela imprensa.

**34**

(...) a reputação está ligada à confiança e, portanto, a um trabalho diário. Isso exige ações de longa duração que acabam por colocar a reputação sempre à mercê de situações positivas e negativas vividas pela organização. Especialmente, à mercê daquilo que o público compreende de sua atuação e posicionamento. Por essa razão, as redes sociais passam a ser um espaço que facilita a construção da reputação. E, mesmo que o digital faça parte da rotina midiática dos públicos, as organizações ainda não usufruem do máximo que a rede pode lhes proporcionar.

Trecho extraído de: KARHAWI, Issaaf. *Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises*. In: Anais do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp 2019).

Karhawi nos apresenta um contexto de crises geradas por influenciadores digitais, um novo fenômeno que deve ser observado de perto no ambiente organizacional contemporâneo. Com base nas leituras dos livros “Reputação: riscos, crise e imagem corporativa” e “Crises empresariais com a opinião pública: como evitá-las e administrá-las. Casos e histórias”, de Elisa Prado e Roberto de Castro Neves, respectivamente, assinale a alternativa que descreve mais adequadamente as crises corporativas diante da opinião pública.

- (A) As crises corporativas são resultado direto da falta de identidade das empresas, causando confusão na percepção do público e afetando negativamente sua reputação. Portanto, a solução é focar na construção de uma identidade mais clara e definida para evitar tais crises.
- (B) Crises corporativas são inevitáveis e sua gestão eficaz depende da habilidade das organizações em manter uma boa imagem. Portanto, a solução seria investir em campanhas publicitárias massivas para mascarar qualquer problema em potencial.
- (C) A reputação de uma empresa está diretamente ligada à sua identidade e à sua imagem, e crises corporativas são meras consequências desta relação. A solução seria concentrar esforços na construção de uma imagem positiva, sem se preocupar com a identidade da empresa.
- (D) É evidente que as crises corporativas são causadas principalmente pela falta de investimento nas redes sociais. Portanto, a solução seria direcionar todos os recursos disponíveis para a gestão eficaz das mídias sociais.
- (E) É possível afirmar que qualquer empresa, independentemente do tamanho, do ramo, da atividade, da origem e da reputação, pode vir a enfrentar situações de crise com a opinião pública, uma vez que elas acontecem, também, por fatores externos à organização.



35

No livro "O Design do Livro", de Richard Hendel, são abordados diversos aspectos essenciais do *design* para este tipo de mídia. Hendel explora detalhadamente fatores fundamentais para o mercado editorial, discutindo como diversos elementos devem ser cuidadosamente considerados para garantir legibilidade, acessibilidade, estética e consumo das obras, além de abordar o papel do *designer* como mediador entre autor e leitor, buscando um equilíbrio entre expressão criativa e funcionalidade.

Quais são os principais aspectos do *design* dos livros discutidos por Richard Hendel em "O Design do Livro"?

- (A) *Marketing* e promoção da obra, destacando particularmente aspectos ligados às estratégias de comunicação integrada.
- (B) Tipografia, *layout*, papel, cor e encadernação, destacando particularmente aspectos ligados à experiência de leitura.
- (C) Fotografia e ilustração, destacando particularmente aspectos ligados às questões semióticas e suas definições conceituais.
- (D) Orçamento de produção, destacando particularmente aspectos ligados às estratégias de preços mais eficientes.
- (E) Tecnologias digitais de publicação, destacando particularmente aspectos ligados ao recente fenômeno dos *e-books* e sua distribuição em redes sociais.

36

No livro "O Design do Livro", o autor Richard Hendel menciona o termo "verdades efêmeras", mencionado em um ensaio de Joseph Epstein, consagrado escritor norte-americano. Com base na leitura da obra referida, indique a alternativa mais adequada à definição do termo "verdades efêmeras" apropriada para Hendel.

- (A) Em sua obra, Hendel descreve as "verdades efêmeras" como princípios fundamentais do *design* de livros que resistem ao teste do tempo, permanecendo relevantes e influentes mesmo diante das mudanças na tecnologia e nos gostos do público.
- (B) Hendel define as "verdades efêmeras" em um contexto autoral, destacando que até as melhores e mais universais ideias que orientam autores na criação de um livro estão sujeitas à ação do tempo e são implicadas pelas mudanças sociais.
- (C) As "verdades efêmeras", na concepção de Hendel, se relacionam com aspectos filosóficos da criação de personagens, narrativas e tramas, que são determinadas temporal, social e conjuntamente.
- (D) Segundo Hendel, as "verdades efêmeras" referem-se às noções instáveis e passageiras do *design*, que são comumente aceitas em determinado momento, mas que podem rapidamente cair em desuso devido às transformações no mercado editorial.
- (E) Levando em conta a apreensão de Hendel, as "verdades efêmeras" são aquelas válidas para as orientações do *design* em um contexto específico, que não podem ser aplicadas fora de determinados circuitos culturais bem delimitados.

37

Lúcia Santaella (2003) explora as mudanças culturais do século XX, dando ênfase ao âmbito midiático. Na obra, ela destaca a significativa transformação social decorrente da ascensão das culturas de massa, impulsionada pela proliferação dos meios de reprodução técnico-industriais, como jornais, fotografias e cinema, seguidos pela disseminação dos meios eletrônicos, como rádio e televisão. Em seguida, a autora demonstra como a digitalização, a *internet*, as *interfaces*, a hipermídia e o ciberespaço não apenas impactam os usuários que acessam seus computadores, mas também influenciam na construção e reconstrução da cultura.

Podemos relacionar esta concepção com as ideias de Javier Royo (2008), que oferece uma exploração abrangente do *design* digital e suas aplicações práticas. O autor destaca especialmente as interações humano-computador (IHC), levando em consideração aspectos como usabilidade, acessibilidade, experiência do usuário e ergonomia. Além disso, Royo analisa diferentes técnicas e metodologias de *design* de *interfaces*, bem como tendências emergentes no campo das IHC, fornecendo aos leitores uma compreensão sólida dos princípios e práticas essenciais para criar *interfaces* digitais eficazes e centradas no usuário.

A respeito das relações entre *design* e cultura dispostas no livro "Design Digital", é correto afirmar que Javier Royo

- (A) propõe que a cultura do usuário é um fator determinante na criação de *interfaces* digitais, enfatizando sua relevância em detrimento de outros aspectos.
- (B) sugere que as técnicas de *design* de *interface* são universais e não são influenciadas pela bagagem cultural dos usuários, priorizando uma abordagem globalizada.
- (C) explora a cultura do usuário como um elemento importante em termos de ser orientada e transformada por aspectos de usabilidade, acessibilidade, experiência do usuário e ergonomia, apesar de, por outro lado, pouco influenciar tais aspectos.
- (D) argumenta que a experiência do usuário é funcional e ao mesmo tempo afetada pela cultura, sugerindo um modelo de gradação para o cálculo da relevância de cada um destes elementos nas interações humano-computador.
- (E) expressa que a experiência do usuário é moldada pela interação entre a funcionalidade, a estética e as influências culturais, sendo a interação resultado de conhecimentos da mente e de conhecimentos do mundo.



**38**

O "Dicionário do Livro: da escrita ao livro eletrônico", de Maria Isabel Faria e Maria da Graça Pericão, é uma obra que oferece recortes pertinentes sobre o universo do livro, desde a sua origem na escrita até as transformações trazidas pelo livro eletrônico.

A obra apresenta um vasto conjunto de termos e conceitos relacionados à produção, à circulação, ao consumo e ao estudo do livro, abordando aspectos históricos, técnicos, culturais e econômicos. Por meio de verbetes cuidadosamente elaborados, as autoras oferecem um panorama rico e detalhado do universo editorial e literário.

Na obra, as autoras elaboram ideias sobre o futuro dos livros diante das transformações digitais do mundo contemporâneo. Em relação ao contexto apresentado, é correto afirmar:

- (A) As autoras afirmam que os livros impressos tendem, na contemporaneidade digital, à extinção, uma vez que o avanço da tecnologia tornará obsoleta a sua produção e distribuição em forma física.
- (B) Segundo as autoras, os livros eletrônicos são um estágio transitório a caminho do que chamam de "era pós-livro", na qual a humanidade continuará utilizando escrita e linguagem, mas com outros veículos e formatos mais eficientes.
- (C) De acordo com as autoras, a obsolescência dos livros é uma questão passageira, e por isso elas não se posicionam categoricamente a este respeito, mas investem seus recursos na definição de nomenclaturas, privilegiando a palavra escrita.
- (D) As autoras preveem que os livros digitais serão acessíveis apenas para uma elite cultural, enquanto os livros impressos permanecerão como a forma dominante de acesso à informação por parte das massas.
- (E) As autoras preveem que os livros impressos serão acessíveis apenas para uma elite cultural, enquanto os livros digitais permanecerão como a forma dominante de acesso à informação por parte das massas.

**39**

Filho et al. (2017) definem vários conceitos ligados ao universo da organização e execução de eventos e atividades científicas, culturais e sociais. Entre os principais deles, estão os conceitos de produção cultural e produtor cultural. Assinale a alternativa que melhor traduz as definições do autor em relação aos conceitos expostos.

- (A) Produção cultural envolve planejar e organizar atividades culturais para públicos específicos, visando valorizar um produto cultural particular, como dança, culinária, literatura ou estética. O produtor cultural busca recursos financeiros, contrata profissionais e pode trabalhar em diferentes áreas, incluindo grupos artísticos, organizações culturais e órgãos governamentais. Pode ser uma pessoa física (indivíduo), uma pessoa jurídica (empresa) ou mesmo as prefeituras municipais que são autorizadas a apresentar os projetos culturais para a busca de recursos, desde que devidamente cadastradas nos sistemas específicos.

- (B) Produção cultural envolve planejar e organizar atividades culturais para públicos específicos, visando valorizar um produto cultural particular, como dança, culinária, literatura ou estética. O produtor cultural elabora etapas como a obtenção de recursos financeiros para que o projeto se concretize, sem, no entanto, se envolver com a busca por profissionais para a realização, o que deve ser delegado a outras funções. Pode trabalhar em diferentes áreas, incluindo grupos artísticos, organizações culturais e órgãos governamentais.
- (C) Produção cultural envolve planejar e organizar atividades culturais para públicos específicos, visando valorizar um produto cultural particular, como dança, culinária, literatura ou estética. O produtor cultural busca recursos financeiros, contrata profissionais e pode atuar em diferentes áreas, mas, por questões éticas, não deve estar vinculado a determinados grupos artísticos, trabalhando para a divulgação dos produtos desse grupo em específico.
- (D) Produção cultural envolve planejar e organizar atividades culturais para grandes públicos, visando valorizar necessariamente um conjunto de bens culturais. O produtor cultural busca recursos financeiros, contrata profissionais e pode trabalhar em diferentes áreas, incluindo grupos artísticos, organizações culturais e órgãos governamentais.
- (E) Produção cultural envolve planejar e organizar atividades culturais para grandes públicos, visando valorizar necessariamente um conjunto de bens culturais. O produtor cultural busca recursos financeiros, contrata profissionais e pode atuar em diferentes áreas, mas, por questões éticas, não deve estar vinculado a determinados grupos artísticos, trabalhando para a divulgação dos produtos desse grupo em específico.



**40**

Filho et al. (2017) definem vários conceitos ligados ao universo da organização e execução de eventos e atividades científicas, culturais e sociais. Além disso, em diversos pontos da obra, os autores exploram questões de legislação ligadas ao ambiente da produção cultural. Com base na obra de referência, assinale a alternativa que apresenta a afirmação correta sobre o Artigo 215 da Constituição da República Federativa do Brasil.

- (A) O Plano Nacional de Cultura é plurianual e integra as ações da área cultural em diferentes instâncias do poder público.
- (B) O Estado garantirá acesso exclusivo às fontes da cultura nacional para determinados grupos étnicos.
- (C) O Estado brasileiro protegerá apenas as manifestações das culturas populares.
- (D) O Plano Nacional de Cultura é de curto prazo e tem pouca integração com as ações da área cultural em diferentes instâncias do poder público.
- (E) O Estado brasileiro assegura a comemoração de datas significativas apenas para segmentos étnicos específicos.

**41**

Na obra “Acabamento, encadernação e enobrecimento de produtos impressos”, os autores Américo Augusto Lunardelli e Sérgio Rossi Filho definem uma importante operação na produção gráfica chamada “refilo”, que pode ser executada com guilhotinas lineares (dotadas de facas retas). Para isso, as resmas e pilas (*skids*) de papel devem chegar à gráfica em perfeitas condições. A embalagem deve ser à prova de umidade, as folhas devem estar cortadas em esquadro e ter formato igual àquele que foi definido no pedido de compra. Sobre o processo de refilem em uma guilhotina linear, é correto afirmar que ele deve ser executado quando

- (A) o papel tem o formato exato do produto final.
- (B) o papel não tem a gramatura perfeita, por isso a necessidade do procedimento.
- (C) é necessário adicionar certa quantidade de papel aos produtos.
- (D) é necessário separar múltiplas unidades impressas na mesma folha.
- (E) a impressora tem formato maior do que o formato das folhas.

**42**

No livro “Pensar com Títulos”, a autora Ellen Lupton afirma que a origem das palavras está nos gestos do corpo. Os primeiros tipos foram modelados diretamente sobre as formas da caligrafia. No entanto, elas não são gestos corporais, mas imagens manufaturadas para repetição infinita. A história da tipografia reflete uma tensão contínua entre a mão e a máquina, o orgânico e o geométrico, o corpo humano e o sistema abstrato.

Assinale a alternativa que contém apenas afirmações verdadeiras presentes em Lupton (2006, p. 9).

- (A) As tensões, que marcaram o nascimento das letras impressas há mais de quinhentos anos, continuam a energizar a tipografia hoje. Os tipos móveis, inventados por Johannes Gutenberg na Alemanha no início do século XX, revolucionaram a escrita no ocidente.
- (B) “Pensar com Tipos” não é um livro sobre tipos. É um livro sobre como usá-los. Eles são um recurso essencial empregado por *designers* gráficos, assim como vidro, pedra, ferro e inúmeros materiais são utilizados por arquitetos. Os *designers* às vezes criam seus próprios tipos e *letterings* personalizados. Mas é mais frequente vê-los consultando a vasta biblioteca de fontes existentes, escolhendo-as e combinando-as em resposta aos públicos ou situações específicas.
- (C) Ao contrário dos escribas, que fabricavam livros e documentos à mão, a impressão com tipos permitia a produção em massa. Grandes quantidades de letras podiam ser fundidas a partir de um molde e concatenadas em “formas”. Depois que as páginas eram revisadas, corrigidas e impressas, as letras eram descartadas para que novos moldes fossem produzidos, atualizando as fontes continuamente.
- (D) Os tipos móveis haviam sido empregados antes disso entre os Incas, mas naquele momento foram menos úteis. Enquanto o sistema de escrita inca continha dezenas de milhares de caracteres distintos, o alfabeto latino traduz os sons da fala em um pequeno conjunto de sinais apropriados à mecanização.
- (E) A famosa Bíblia de Gutenberg baseou-se no manuscrito. Emulando a densa e escura escrita manual conhecida como letra gótica, ele reproduziu sua textura errática criando variações de cada letra, bem como inúmeras biletares (caracteres que combinam duas ou mais letras em uma única forma).

**43**

A prestação de contas é uma etapa fundamental na execução de um projeto cultural. De acordo com Filho et al., no livro “Gestão e Produção Cultural”, a prestação de contas ocorre em duas etapas. Assinale a alternativa que aponta corretamente quais são as referidas etapas.

- (A) Relatório final e revisão do orçamento.
- (B) Relatório final e comprovação de resultados.
- (C) Avaliação técnica e revisão do orçamento.
- (D) Avaliação técnica e comprovação de resultados.
- (E) Avaliação técnica e análise de contas.



44

No livro “Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia”, a autora Maristela Mafei destaca como a teoria, no caso da comunicação corporativa, se reflete na prática. Há bastante tempo, especialistas em estudos organizacionais têm promovido o conceito de comunicação integrada, que engloba todas as áreas da comunicação mercadológica (como *marketing* e propaganda), comunicação interna e comunicação institucional. Esta última, por sua vez, envolve atividades específicas, como relações públicas, assessoria de imprensa, editoração, responsabilidade social e promoção cultural. Sobre este assunto, assinale a alternativa que apresenta corretamente um grande desafio da comunicação organizacional em sua implementação no Brasil, de acordo com a obra referida.

- (A) Um dos desafios significativos na implementação da comunicação organizacional no Brasil é a falta de compreensão sobre a importância estratégica da comunicação dentro das organizações, principalmente porque a maior parte delas tem sua principal operação no exterior. Muitas empresas ainda encaram a comunicação como uma função operacional, relegada a um papel secundário na formulação de estratégias corporativas. Essa falta de integração da comunicação com os objetivos e metas organizacionais dificulta a criação de uma abordagem verdadeiramente integrada e eficaz.
- (B) O ciclo mencionado no trecho do enunciado ainda não se completou no Brasil. No Brasil, onde ainda se considera uma interligação entre relações públicas e assessoria de imprensa. Mas isso ocorre, em boa parte, porque ainda existe uma grande confusão quanto aos termos empregados para os ramos da comunicação. Para alguns, o conjunto das três áreas (comunicação interna, institucional e mercadológica) dá origem ao conceito de comunicação organizacional.
- (C) Outro desafio importante é a plena aceitação de mudanças por parte das lideranças organizacionais. Muitos gestores e diretores mantêm uma mentalidade aberta em relação à comunicação, enxergando-a como uma atividade tática voltada apenas para a divulgação de informações – o que se traduz na escassez de times internos nestas áreas.
- (D) A falta de profissionais qualificados é uma questão crítica que afeta a implementação da comunicação organizacional no Brasil. Embora o campo da comunicação tenha crescido significativamente nos últimos anos, ainda há uma escassez de profissionais com habilidades específicas necessárias para projetar e implementar estratégias de comunicação integradas. Isso limita a capacidade das organizações de executar efetivamente suas iniciativas de comunicação.
- (E) A fragmentação do mercado de mídia e o surgimento de novas plataformas de comunicação representam um desafio adicional para as organizações no Brasil. Com o aumento do uso da internet e das redes sociais, as empresas precisam agora gerenciar sua presença em uma variedade de canais digitais, além dos meios de comunicação tradicionais. Isso exige uma abordagem mais morosa e minuciosa à comunicação, o que nem sempre é fácil de ser alcançado.

45

Diante do contexto contemporâneo permeado pela disseminação de informações nas redes sociais e pela ascensão da pós-verdade, é fundamental compreender como as imagens técnicas são produzidas e interpretadas. De acordo com Vilém Flusser (2008), as imagens técnicas são concebidas como tentativas de juntar os elementos pontuais em nosso entorno e em nossa consciência de modo a formarem superfícies e cobrirem os intervalos. No entanto, enquanto para os seres humanos esses elementos podem ser difíceis de conceber, eles podem ser manipulados e transformados em imagens visíveis pelos aparelhos técnicos. Nesse sentido, os conceitos de verdade e falsidade são substituídos pelo cálculo de probabilidades.

Considerando a obra referida e em relação às imagens técnicas, é correto afirmar:

- (A) As imagens técnicas são produzidas apenas pela linguagem e pelos sentidos humanos.
- (B) As imagens técnicas são palpáveis, visíveis e compreensíveis.
- (C) As imagens técnicas são mera virtualidade, concretizando-se por meio de aparelhos.
- (D) As imagens técnicas possuem pontos de vista ontológicos e éticos definidos.
- (E) As imagens técnicas são produzidas de forma aleatória, sem seguir qualquer padrão ou lógica específica.



46

O prazo de execução de um projeto cultural será estabelecido pela portaria de autorização para captação de recursos. O período para captação de recursos será até o término do exercício fiscal em que foi publicada a Portaria de Autorização para Captação de Recursos Incentivados, podendo ser prorrogado pelo MinC (Ministério da Cultura), quando o prazo de execução ultrapassar o prazo de captação vigente. O não cumprimento do prazo previsto implicará o arquivamento do projeto ou no início da prestação de contas (FILHO et al., 2017). Após ter realizado a leitura do livro de referência, considere a seguinte situação fictícia:

Maria está planejando um projeto cultural e deseja captar recursos incentivados para sua realização. Ela sabe que o prazo máximo para captar os recursos é determinado pelo MinC, mas não sabe se é possível solicitar alguma prorrogação. Diante disso, ela pretende iniciar o processo de captação o mais rápido possível para garantir que não ultrapasse o limite estabelecido. Caso Maria contratasse você para uma consultoria para obtenção de dados específicos, qual alternativa apenas com informações corretas você transmitiria a ela?

- (A) O prazo máximo de captação, com eventuais prorrogações, será de até **vinte e quatro meses** a partir da data de publicação da portaria de autorização, **exceto na ocorrência de caso fortuito ou de força maior**. O término do prazo para captação não poderá ser posterior ao último dia. Havendo pós-produção do projeto, os prazos máximos de captação e execução serão de **sessenta dias** após o término do último evento.
- (B) O prazo máximo de captação, com eventuais prorrogações, será de até **trinta e seis meses** a partir da data de publicação da portaria de autorização, **exceto na ocorrência de caso fortuito ou de força maior**. O término do prazo para captação não poderá ser posterior ao último dia. Havendo pós-produção do projeto, os prazos máximos de captação e execução serão de **sessenta dias** após o término do último evento.
- (C) O prazo máximo de captação, com eventuais prorrogações, será de até **trinta e seis meses** a partir da data de publicação da portaria de autorização, **exceto na ocorrência de caso fortuito ou de força maior**. O término do prazo para captação não poderá ser posterior ao último dia. Havendo pós-produção do projeto, os prazos máximos de captação e execução serão de **trinta dias** após o término do último evento.
- (D) O prazo máximo de captação, com eventuais prorrogações, será de até **vinte e quatro meses** a partir da data de publicação da portaria de autorização, **sem possibilidade de prorrogação**. O término do prazo para captação não poderá ser posterior ao último dia. Havendo pós-produção do projeto, os prazos máximos de captação e execução serão de **sessenta dias** após o término do último evento.
- (E) O prazo máximo de captação, com eventuais prorrogações, será de até **vinte e quatro meses** a partir da data de publicação da portaria de autorização, **sem possibilidade de prorrogação**. O término do prazo para captação não poderá ser posterior ao último dia. Havendo pós-produção do projeto, os prazos máximos de captação e execução serão de **trinta dias** após o término do último evento.

47

*Voltando à questão da inércia empresarial, é triste constatar que nem os exemplos de crises que acontecem com outras empresas animam o empresário a tomar providências. Numa palavra: organizar-se. O máximo que acontece é o “efeito cadáver na estrada”.* (NEVES, 2002, p. 20)

Assinale a alternativa que melhor define o “efeito cadáver na estrada” elaborado por Roberto de Castro Neves.

- (A) Consiste na reação imediata do motorista ao avistar um acidente, levando-o a parar completamente o veículo, uma metáfora sobre medidas preventivas na gestão de crises empresariais.
- (B) É a tendência do motorista de esquecer rapidamente o impacto emocional de ver um cadáver na estrada e retomar a velocidade normal, uma metáfora sobre a falta de continuidade nas ações de gestão de crises empresariais após o impacto inicial.
- (C) Refere-se à diminuição temporária da velocidade do veículo após a reflexão sobre a possibilidade de estar envolvido em um acidente, uma metáfora sobre a importância de avaliar os riscos e tomar medidas proativas na gestão de crises empresariais.
- (D) Descreve a reação das empresas diante das crises enfrentadas por outras organizações, levando a ações imediatas para evitar situações similares, demonstrando a eficácia das estratégias de gestão de crises empresariais.
- (E) Corresponde à capacidade das empresas de transformar crises alheias em oportunidades de aprendizado e mudança organizacional, destacando a importância da resiliência e da adaptação na gestão de crises empresariais.





48

Ganhando dimensões tridimensionais e multiplicando-se em canais *on-line*, como o *Instagram* e o *TikTok*, as imagens tornaram-se um dos espaços mais importantes de sociabilidade e comunicação do século. Não seria exagero afirmar que a cultura visual contemporânea é indissociável da produção imagética nas redes. Nunca se fotografou tanto como em nossa época. Em 2015, estimou-se que a cada dois minutos eram produzidas mais imagens que a totalidade das fotos feitas nos últimos 150 anos. Essa era uma estimativa relativamente modesta, considerando-se que à época existiam 1 bilhão de dispositivos com câmera (entre os 5 bilhões de celulares ativos). As imagens contemporâneas rompem regimes estéticos e subvertem não apenas os modos de fazer canônicos, mas também os modos de olhar: tudo pode ser registrado e postado antes mesmo de ser vivido, como se a documentação pudesse prescindir do fato e da experiência das coisas.

Adaptado de BEIGUELMAN, Giselle. *Políticas da imagem: vigilância e resistência na dadosfera*. São Paulo: Ubu, 2021.

O trecho apresentado pode ser relacionado com a profusão de imagens técnicas, definidas por Vilém Flusser (2008), onde o autor afirma que o gesto produtor de imagens técnicas é composto por duas fases. Assinale a alternativa que identifica as fases referidas e suas respectivas definições.

- (A) Na primeira fase são reunidos os elementos reais para formarem as imagens técnicas. Na segunda fase, essas imagens são distribuídas nas redes sociais e plataformas digitais. A primeira fase é composta pelo nosso cotidiano, enquanto a segunda é conduzida pelos usuários das redes sociais. Em toda imagem técnica, essa colaboração entre vida real e usuários é essencial para sua produção e disseminação.
- (B) Na primeira fase são analisados os pontos de vista ontológicos das imagens técnicas. Na segunda fase, são definidos os pontos de vista éticos e estéticos das imagens. A primeira fase é conduzida por filósofos e teóricos da arte, enquanto a segunda é realizada por artistas e críticos de arte. Em toda imagem técnica, essas reflexões sobre ontologia, ética e estética são fundamentais para sua compreensão e interpretação.
- (C) Na primeira fase são capturadas as imagens técnicas por meio de dispositivos eletrônicos. Na segunda fase, essas imagens são processadas e editadas em softwares específicos. A primeira fase é realizada por fotógrafos e cinegrafistas, enquanto a segunda é conduzida por editores de imagem e designers gráficos. Em toda imagem técnica, essa colaboração entre captura e edição é essencial para sua qualidade final.
- (D) Na primeira fase são inventados e programados aparelhos. Na segunda, os aparelhos são utilizados e desafiam o seu programa. A primeira fase é executada por cientistas e técnicos, a segunda pelos produtores das imagens propriamente ditos. Em toda imagem técnica é possível descobrir-se tal colaboração e luta entre o programador e a liberdade dos usuários.

- (E) Na primeira fase são criados os conceitos e ideias para as imagens técnicas. Na segunda fase, esses conceitos são aplicados na produção das imagens. A primeira fase é conduzida por teóricos e pensadores da cultura visual, enquanto a segunda é realizada por artistas e designers. Em toda imagem técnica, essa relação entre concepção teórica e realização prática é crucial para sua significação e impacto.

49

“No *design*, a criatividade é que vai propiciar aquele algo mais de diferenciação no produto para garantir sua aceitação no mercado consumidor. Seja na invenção de um objeto absolutamente original, seja num *redesign*, em que a capacidade de inovação deve contar com soluções de projeto engenhosas e inéditas. Aliás, é oportuno lembrar um dado mercadológico interessante de que, quando existe forte concorrência de preços entre produtos similares e de mesma qualidade, não há muita chance de redução de preço. Nesse momento, o *design* é de fundamental importância para contemplar ideias criativas que certamente traduzir-se-ão no diferencial que vai fazer com que um ou outro produto obtenha sucesso, tanto na identificação de sua qualidade quanto na sua escolha pelo usuário-consumidor.” (GOMES, 2006, p. 231)

Com base no livro “Design do Objeto: bases conceituais”, de João Gomes Filho, assinale a alternativa que aponta corretamente as relações entre design e criatividade.

- (A) No *design*, a criatividade é essencial em todas as etapas do processo, desde o planejamento até a produção, refletindo a habilidade e o talento do *designer*.
- (B) No *design*, a criatividade permeia a fase de planejamento e desenvolvimento do projeto, sendo desnecessária na etapa final de produção.
- (C) A criatividade no *design* depende exclusivamente do talento natural do *designer* e infelizmente não pode ser desenvolvida por meio de treinamento.
- (D) A criatividade no *design* é uma habilidade adquirida por meio da experiência profissional acumulada, sendo desvinculada do repertório cultural ou técnico do *designer*.
- (E) A criatividade no *design* é um requisito fundamental, vinculada ao repertório cultural do *designer*: quanto mais extenso, pressupõe-se menos capacidade inventiva.



## 50

Leia as definições a seguir (FILHO et al., 2017):

- I. Pode ser definido/a como o relacionamento, em condições de igualdade, de culturas diferentes. É a valorização do aprendizado por meio da troca de informações pelo diálogo, buscando o enriquecimento das culturas de forma recíproca. Reconhece a diversidade cultural dos povos na sua autonomia, procurando, por intermédio da interação entre as culturas, fazer com que pessoas e grupos possam se respeitar e se valorizar igualmente, sem discriminação ou imposições de culturas dominantes, potencializando o desenvolvimento da humanidade de forma heterogênea e diversa.
- II. É a existência de mais de um tipo de cultura numa mesma sociedade, sem que seja preciso que uma tenha que aderir às características das outras. É nominado/a, principalmente, para chamar a atenção para as diferenças étnicas na composição dos povos e na manutenção de seus direitos à expressão e difusão cultural. Está presente no multiculturalismo.
- III. É a utilização da cultura para a projeção da imagem da organização, seus produtos, serviços ou marca, junto ao seu público de interesse. Com esta ferramenta, a organização aproxima sua marca, produto ou serviço do público-alvo por meio da realização ou patrocínio de uma atividade cultural, buscando transferir os valores do produto cultural para a organização – valores como criatividade, inovação, beleza, ousadia e tradição.
- IV. Está relacionado/a à geração de conhecimento e informação por meio de ações criativas que potencializem as competências e talentos individuais para a geração de trabalho ou riqueza dos grupos. Pressupõe a competência do indivíduo para conceber novos produtos, serviços ou processos, demonstrando o potencial para a mudança na realidade social em que está inserido. É a produção do conhecimento intelectual com aplicação prática na vida das pessoas.

Assinale a alternativa que apresenta os conceitos descritos, respectivamente.

- (A) I: Interculturalismo; II: Indústria Criativa; III: Pluralidade Cultural; IV: Marketing Cultural.
- (B) I: Pluralidade Cultural; II: Interculturalismo; III: Marketing Cultural; IV: Indústria Criativa.
- (C) I: Pluralidade Cultural; II: Interculturalismo; III: Indústria Criativa; IV: Marketing Cultural.
- (D) I: Interculturalismo; II: Pluralidade Cultural; III: Indústria Criativa; IV: Marketing Cultural.
- (E) I: Interculturalismo; II: Pluralidade Cultural; III: Marketing Cultural; IV: Indústria Criativa.

## 51

Gomes (2006) define o *brainstorming* como uma sessão de busca e agitação de ideias para a solução de um determinado problema. Tem como pressuposto a realização em grupo, coordenado por um líder. De acordo com o autor, há um esquema metodológico que deve guiar as reuniões de *brainstorming*, composto pelas seguintes etapas: orientação, inspiração, preparação, análise, idealização, incubação, iluminação, síntese e verificação. Assinale a alternativa que descreve adequadamente uma das etapas apresentadas.

- (A) Orientação é o primeiro sinal que surge na mente para uma descoberta criativa. Significa passar algum tempo pensando no problema e ter persistência para desenvolver a solução.
- (B) Inspiração consiste na determinação da natureza do problema, sendo que o problema significa qualquer tipo de coisa ou de situação a ser resolvida no sentido de criação, inovação ou aperfeiçoamento para o qual se procura uma solução. É a busca da informação por meio de pesquisa sistemática sobre o problema a ser resolvido.
- (C) Análise é a fase de internalização das ideias. Quando elas estão disponíveis e descansando na mente, todos os elementos essenciais à solução do problema estão prontos para que uma descoberta criativa possa vir à tona. Envolve a assimilação e o processamento das informações no interior da mente. Deve-se ficar tranquilo e relaxado, sem pensar no problema. É quando o inconsciente trabalha convertendo as informações coletadas em novos conceitos em busca da solução do problema.
- (D) Iluminação é quando ocorre o *insight*, o estalo criativo, ou seja, a solução do problema. É a inspiração criativa que vem do inconsciente durante o período anterior. Para otimizar esse instante é necessário manter uma atitude positiva em relação às ideias, deixando-as fluir. Não se deve rejeitar ou discriminar ideias cedo demais. Quando elas começam a surgir, é preciso registrá-las rapidamente, mesmo que pareçam banais ou absurdas. Muitas ideias perdem-se por se confiar apenas na boa memória.
- (E) Verificação consiste em analisar as ideias, juntando as soluções parciais e uma solução completa para o problema.



## 52

Mais de 1/3 dos jornalistas brasileiros (34,9%) trabalham fora da mídia, contemplando as atividades de assessoria de imprensa ou comunicação, produtoras de conteúdo para mídias digitais ou outras ações que utilizam conhecimento jornalístico. Desse universo, 43,4% declaram que sua atividade principal é realizada em assessorias de imprensa. Os dados são da pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro 2021, realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em parceria com diversas entidades, entre elas a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2003).

Para Maristela Mafei (2007) a assessoria de imprensa vai além da construção de relacionamentos com jornalistas dos meios de comunicação, pois inclui a execução e o planejamento de ações, além de influenciar na linha de discurso da instituição.

Em relação à atuação em assessoria de imprensa, é correto afirmar:

- (A) É função do assessor ter boas relações com os editores e jornalistas, pois isso garante que haverá matérias positivas na mídia.
- (B) A assessoria de imprensa atua junto à mídia para dar sustentação ao posicionamento de *marketing* do assessorado.
- (C) A assessoria de imprensa negocia a veiculação de notícias do interesse do assessorado por meio de *lobby*.
- (D) É função do profissional auxiliar o assessorado a ter um canal de comunicação e restringir o acesso dos jornalistas às fontes.
- (E) Os trabalhos de jornalista em redação e de assessoria não têm relação, pois só o primeiro divulga informações corretas.

## 53

Elaborar um plano de ação detalhado, com objetivos, propostas e os instrumentos a serem utilizados na relação com a imprensa é uma parte fundamental do trabalho da assessoria de imprensa. A respeito das ferramentas mais comuns utilizadas, é correto afirmar:

- (A) O *press kit* é um material em pasta física ou arquivo eletrônico que reúne as principais informações sobre o assessorado e deve fornecer os textos para serem publicados na íntegra.
- (B) *Follow up* é um recurso importante, pois permite impor a ordem de esclarecimentos que o assessorado deseja transmitir na entrevista individual ou coletiva.
- (C) *Feedback* é a ação estratégica de monitorar, reunir e classificar as matérias que foram veiculadas sobre o assessorado a partir dos contatos realizados pela assessoria de imprensa.
- (D) O *press kit* reúne informações que dão subsídios para repórteres conduzirem suas perguntas, servindo como um material de apoio para entrevistas coletivas ou individuais.
- (E) O objetivo do *press release* é apresentar e contextualizar a apuração para os artigos que serão produzidos pelos jornalistas, quando não é possível realizar um pronunciamento.

## 54

Entre as práticas e instrumentos utilizados pela assessoria de imprensa, pode-se destacar o papel do *media training*. Trata-se de treinamento específico oferecido pelas assessorias aos clientes, com objetivo de prepará-los para se relacionar com a imprensa e a mídia. Esses treinamentos podem ser realizados pela própria assessoria ou por profissionais especializados, seja tanto um treinamento contínuo ou para situações específicas, como a preparação para uma entrevista.

Em relação a esse contexto, assinale a alternativa correta.

- (A) O treinamento contribui para que a organização se posicione com credibilidade e evite dar aos repórteres informações relevantes.
- (B) O principal objetivo do *media training* é ensinar técnicas de comunicação gestual e entonação de voz ao representante para entrevistas.
- (C) O *media training* inclui desenvolver as capacidades de improviso do porta-voz ou representante.
- (D) Um dos princípios para o relacionamento com a mídia é agir proativamente, evitando a transparência.
- (E) Uma instituição deve sempre escolher apenas uma fonte, preferencialmente o próprio assessor de imprensa.

## 55

“Os *designers* estão para os livros assim como os arquitetos estão para os edifícios. Os *designers* descrevem especificações para fazer livros do mesmo modo que os arquitetos as escrevem para construir edifícios. Mesmo o detalhe mais aparentemente trivial precisa ser decidido, e são exatamente essas minúcias que tornam bem-sucedido um *design*”.

Conforme Richard Hendel, no momento de tomar decisões de legibilidade e estética de um livro, é necessário considerar diferentes questões práticas. Com base no autor, é correto afirmar:

- (A) A extensão do livro não interfere no seu projeto de *design*, que é conceitual.
- (B) Títulos, notas, bibliografias e apêndices são trabalhados por último no projeto de *design*.
- (C) A contagem do número de palavras é a melhor técnica para o tipógrafo calcular o espaço que o texto ocupa na página.
- (D) Considerações financeiras e materiais são fundamentais para a tomada de decisões de *design*.
- (E) O corpo e a composição da fonte são menos relevantes do que a escolha do tipo.



56



Observe a numeração da imagem apresentada (composta com o tipo *Goudy Type*) e assinale a alternativa que contem a ordem dos elementos da anatomia do tipo, conforme nomenclatura usada por Ellen Lupton (2006).

- (A) 1- altura de versal; 2- serifa; 3- descendente; 4- bojo; 5- ascendente; 6 - altura x.  
 (B) 1- altura de versal; 2- serifa; 3 - finalização; 4 - bojo; 5 - topo; 6 - altura da minúscula.  
 (C) 1-altura x; 2-serifa; 3- descendente; 4-olho; 5 - topo; 6- altura de versal.  
 (D) 1- altura x; 2- serifa; 3 – descendente; 4- bojo; 5- ascendente; 6 - altura de versal.  
 (E) 1- altura de versal; 2- remate; 3 - terminal; 4- bojo; 5- altura x; 6- versalete.

57

“Por sua própria função, constitui rematada tolice subestimar o revisor. Dele se exige algo mais que simples alfabetização (muitos jornais e editoras parecem contentar-se com isso); na realidade, requer-se um bom conhecimento normativo da língua, extrema capacidade de concentração, perícia suficiente para distinguir as principais famílias e fontes de tipos, perfeito domínio da maior quantidade possível de signos com os quais assinala, nas provas, aquilo que discrepa do original, além de razoável cultura geral para não cometer, ele mesmo, determinados erros (por exemplo, mandar substituir ‘mercedários’ por ‘mercenários’, ‘românico’ por ‘romântico’ e assim por diante).” (ARAÚJO, 2008)

O processo de produção de um livro inclui diversas etapas de revisões a fim de identificar e solucionar erros. Sobre a revisão de provas é correto afirmar:

- (A) Texto limpo é o nome dado ao original que ainda não passou pela revisão de provas.  
 (B) Revisão batida é a comparação, por sobreposição, da primeira prova com a segunda.  
 (C) Com o recurso digital de correção automática, a figura do revisor tornou-se obsoleta.  
 (D) A revisão de página ou revisão do granel é a última etapa antes da impressão de uma obra.  
 (E) O último retorno dado pelo revisor é chamado de texto rectificativo.

58

Em seu livro *Design Digital*, Javier Royo (2008) apresenta o hipertexto como determinante para as formas de estrutura de informação dos sistemas em rede. “O hipertexto é a base sobre a qual se constroem as relações e as conexões no ciberespaço. É a peça-chave dos sistemas em rede e também o tijolo com o qual construímos o nosso sistema *Web*.”

Assinale a alternativa que apresenta um aspecto correto do hipertexto abordado pelo autor.

- (A) O hipertexto substitui a infografia em *sites* de jornais e revistas por usar elementos textuais que ampliam a carga de informação.  
 (B) O hipertexto é um sistema de elementos clicáveis (texto, imagem ou cor) que indica a existência de outros textos no mesmo espaço de informação.  
 (C) O hipertexto permite integrar as imagens e a linguagem não alfabética e gera formas de narração não sequenciais.  
 (D) Por definição, o hipertexto é um conceito relacionado à *internet* e só é possível no universo digital.  
 (E) O grau de interatividade do usuário com elementos de hipertexto define uma estrutura linear de informações.

59

Os sistemas de impressão se diferenciam a partir dos métodos de transferência de dados e do tipo de matriz utilizada. A evolução dos meios tecnológicos popularizou os processos de impressão digital, em que não existe a necessidade de preparação de uma matriz e a tinta é impressa diretamente sobre a superfície. Entretanto, tipografia, rotogravura e *offset* seguem sendo utilizados com diferentes aplicações. A respeito dos sistemas de impressão tradicionais, assinale a alternativa correta.

- (A) Na rotogravura, assim como na xilogravura, a tinta permanece acima da superfície de impressão.  
 (B) *Offset* é um sistema industrial de impressão rotativa plana e direta também conhecido como impressão a seco.  
 (C) A rotogravura não é apropriada para grandes tiragens, pois não oferece qualidade uniforme de impressão.  
 (D) Na impressão tipográfica, a tinta líquida de um cartucho é aplicada diretamente sobre o papel ou outra superfície.  
 (E) A rotativa *offset* funciona com três cilindros básicos: o da chapa, o intermediário de borracha e o de impressão.



60

“Assim como a propaganda teve um papel fundamental após a revolução industrial, a comunicação organizacional no sentido corporativo começou a ser encarada como algo fundamental e como uma área estratégica na contemporaneidade. As ações isoladas de comunicação de *marketing* são insuficientes para fazer frente aos novos mercados competitivos e para se relacionar com os públicos estratégicos. Estes são cada vez mais exigentes e cobram das organizações responsabilidade social, atitudes transparentes, comportamentos éticos, graças a uma sociedade mais consciente e uma opinião pública sempre mais vigilante. E, neste contexto, a comunicação passa a ser estratégica e a sua gestão tem que ser profissionalizada e dirigida com competência.”

Margarida Kunsch trabalha o conceito de comunicação organizacional integrada, que compreende diferentes vetores da comunicação organizacional: a interna, a institucional e a mercadológica. Considerando o contexto apresentado, assinale a alternativa que apresenta a asserção verdadeira.

- (A) O posicionamento de uma organização perde a importância relativa com a aplicação do *marketing* estratégico.
- (B) A comunicação estratégica e o endomarketing devem garantir que todos os funcionários aprendam sobre *marketing*.
- (C) Comunicação integrada implica que a imagem de uma empresa é definida pelos seus ativos tangíveis.
- (D) As organizações estão, finalmente, abandonando uma visão que privilegia o institucional para uma que privilegia o produto.
- (E) A comunicação interna contribui para unificar os discursos da organização e conciliar os interesses dos funcionários e da empresa.

61

“McCarthy classificou várias atividades de *marketing* em ferramentas de mix de *marketing* de quatro tipos amplos, os quais denominou os quatro Ps do *marketing*: produto, preço, praça (ou ponto de venda) e promoção (do inglês, *product, price, place e promotion*).[...] No entanto, em virtude da abrangência, complexidade e riqueza do *marketing* — como exemplifica o *marketing* holístico — claramente esses quatro Ps não representam mais todo o cenário. Se os atualizarmos para que reflitam o conceito de *marketing* holístico, obteremos um conjunto mais representativo que envolverá as realidades do *marketing* moderno.” (KOTLER; KELLER, 2012)

Philip Kotler e Kevin Keller (2012) propuseram a transição do mix de *marketing* tradicional para quatro Ps da moderna administração de *marketing*, onde o consumidor está no centro das ações. Quais são eles?

- (A) Pessoas, processos, programa e *performance*.
- (B) Pesquisa, preço, programa e *performance*.
- (C) Pessoas, preço, pesquisa e *performance*.
- (D) Pessoas, processos, programa e persuasão.
- (E) Pesquisa, pessoas, persuasão e participação.

62

“A elaboração de um projeto é imprescindível para o desenvolvimento de um bom planejamento, pois é a etapa de colocar no papel tudo o que for pensado, construindo o documento no qual irá constar todas as decisões tomadas antecipadamente, que irão nortear a execução.” (FILHO, et al., 2017). Mesmo que cada projeto e cada objetivo tenha suas particularidades, é possível identificar uma estrutura básica seguida pela maioria dos modelos de projeto e suas etapas.

Sobre o desenvolvimento de um projeto, é correto afirmar:

- (A) São quatro os elementos básicos: ações a serem executadas, objetivos, desenvolvimento e recursos necessários.
- (B) A planilha de orçamento apresenta todas as despesas para realização da atividade principal do projeto e inclui, ainda, todas as ações que a cercam.
- (C) O primeiro passo na elaboração de um orçamento é fazer uma cotação de preços com, no mínimo, três fornecedores.
- (D) A apresentação de um projeto é como um cartão de visitas e deve conter a descrição detalhada de cada fase da sua execução.
- (E) Não se deve incluir dados numéricos nem outras informações com função de contextualização na justificativa.

63

O *design* gráfico pode ser definido, resumidamente, como a atividade de produzir uma peça gráfica com um propósito funcional, sejam logos, cartazes, revistas, jornais, panfletos etc. Qualquer que seja a especialidade de suporte ou conteúdo, o *design* gráfico deve se guiar por alguns princípios básicos ao desenvolver um projeto. Quais são eles?

- (A) Alinhamento, cor, proximidade e volume.
- (B) Contraste, alinhamento, proximidade e repetição.
- (C) Proximidade, alinhamento, contraste e textura.
- (D) Forma, tipografia, proximidade e textura.
- (E) Alinhamento, repetição, contraste e cor.

64

Na etapa de revisão, é possível identificar diversos tipos de erros tipográficos e um deles, relativamente comum, consiste na omissão de parte de um texto, seja uma letra, uma palavra ou trechos inteiros. Considerando o jargão profissional de revisores, assinale a alternativa que nomeia esse tipo de erro.

- (A) Gralha.
- (B) Fuste.
- (C) Garfo.
- (D) Salto.
- (E) Furo.



65

Nas últimas décadas, as transformações nas relações sociais de consumo e o cenário de alta competitividade relacionadas ao mundo digital têm demandado adaptações na comunicação das organizações e marcas que, para se destacar, têm relativizado o destaque tradicional em narrativas persuasivas e estão investindo na construção de significados e de valores para atrair e reter os consumidores. Nesse cenário “o termo *storytelling*, e muitas das coisas que ele representa passaram a entrar em grande parte dos planejamentos estratégicos de comunicação, além de ser com frequência uma exigência de clientes de agências e departamentos de *marketing* de empresas.” (CARRILHO; Markus, 2014)

Sobre o uso de ferramentas do *storytelling* em ações de *marketing* e publicidade, assinale a alternativa correta.

- (A) O recurso do *storytelling* para a comunicação de marcas tem a intenção de reafirmar a publicidade com argumentos diretos de venda.
- (B) Os sites de redes sociais configuram-se como empecilhos para o diálogo entre marcas e consumidores.
- (C) As narrativas publicitárias permitem criar universos possíveis, associados a um produto ou empresa, e reter a atenção do público.
- (D) A técnica do *storytelling* favorece a promoção de produtos, mas demonstrou ser inapropriada para estratégias de *branding*.
- (E) O entretenimento deixou de figurar como elemento determinante na conexão entre consumidor e marca.

66

Sob a perspectiva semiótica de Peirce, as características materiais estão no primeiro nível de uma análise da imagem e todos os elementos que a formam refletem em associações imediatas do observador, estabelecendo diferentes camadas de significado à imagem. Santaella (2012) explica que, na maior parte das vezes, essas associações acontecem por comparação.

“As cores, texturas, composição e formas têm grande poder de sugestão: uma cor lembra algo com a mesma cor, ou lembra uma outra cor; uma forma lembra algo que tem uma forma semelhante, e assim por diante. [...] quando se analisa detidamente as qualidades de que um produto, peça ou imagem se constitui, pode-se, de um lado, determinar as qualidades abstratas que as qualidades visíveis sugerem. De outro lado, pode-se prever, até certo ponto, as associações por semelhança que essas qualidades estão aptas a produzir.”

Em relação à percepção dos elementos das imagens no *design* gráfico, assinale a alternativa que apresenta a afirmação correta.

- (A) A interpretação subjetiva das cores independe das referências culturais do observador.
- (B) É padrão considerar que formas arredondadas remetem à rigidez, e as retas, à sensibilidade.
- (C) A saturação de uma cor aumenta proporcionalmente à quantidade de cinza na mesma.

- (D) Como o pintor Johannes Itten percebeu, as cores são percebidas de forma isolada.
- (E) Simetria é relativa à distribuição dos elementos entre os dois lados de um todo.

67

“À medida que os consumidores são capazes de usar a marca específica como ponto de referência para sua própria construção e sinalização de identidade, estabelece-se a base para a diferenciação da marca de outras marcas da mesma categoria. O nível de identificação dos consumidores com a personalidade da marca determina o grau em que os consumidores avaliam a marca como adequada ou não para sua própria autoexpressão e construção de identidade”. (Heding; Knudtzen; Bierre, 2009/ tradução livre).

Ao lado de elementos como identidade e personalidade organizacional, a construção das chamadas *personas* já é um procedimento fundamental, especialmente no universo das redes sociais digitais. Um exemplo é o Baianinho, mascote e representante digital da rede Casas Bahia.



Fonte: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/arquivo/noticias/brand-and-persona-aproximacao-por-identificacao>

A respeito desse tema, assinale a alternativa que apresenta a asserção correta.

- (A) *Brand persona* é a representação institucional da marca, e *buyer persona*, a mercadológica.
- (B) A *brand persona* define tom de voz, estilo e linguagem da organização na comunicação.
- (C) A *buyer persona* é uma representação da marca ou organização com traços de personalidade humana.
- (D) A mascote de uma marca representa o cliente ideal com quem ela quer se comunicar, o público-alvo.
- (E) *Buyer persona* é uma personagem que faz a interação com os clientes nos canais digitais.

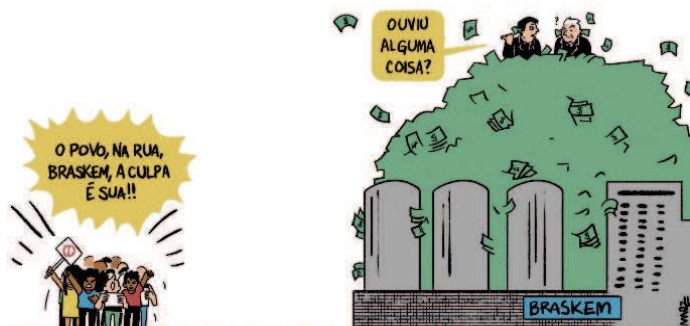


68

“As linhas escritas, apesar de serem muito mais frequentes do que antes, vêm se tornando cada vez menos importantes para as massas do que as superfícies. Não necessitamos de profetas para saber que o ‘homem unidimensional’ está desaparecendo. [...] O problema é descobrir que tipo de adequação existe entre as superfícies do mundo de um lado, e entre as superfícies e as linhas, de outro.” ( FLUSSER, 2007). Vilém Flusser articula os conceitos de linha e superfície para refletir sobre dinâmicas sociais e a condição existencial humana no mundo cada vez mais povoado de imagens técnicas. Assinale a alternativa que descreve corretamente um argumento do autor.

- (A) Para quem usa os textos para entender o mundo, todas as coisas se relacionam entre si de maneira reversível.
- (B) O homem já não necessita dos códigos, pois perdeu o contato direto com o significado dos símbolos e com o mundo.
- (C) Diferente de outras mediações, as imagens tendem a obstruir o caminho em direção ao que é mediado.
- (D) O homem passou a tomar sua experiência com o mundo concreto como base para lidar com as imagens.
- (E) A tradução da superfície em linha não implica uma mudança radical de significado, e sim uma continuidade.

69



Fonte: [http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade\\_social](http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social)

A charge aborda o caso do afundamento do solo de cinco bairros de Maceió, decorrente da exploração de mina de sal gema da petroquímica Braskem na região. A artista problematiza a postura da empresa diante da tragédia que obrigou mais de 60 mil pessoas a deixar suas casas. Trata-se um caso extremo para o debate da responsabilidade social corporativa e, em dezembro de 2024, a Braskem foi excluída do índice de sustentabilidade da Bolsa de Valores Brasileira. Em relação aos parâmetros para a responsabilidade social corporativa, pode-se citar a ISO 26000, norma que define diretrizes com recomendações de padrões e boas práticas para uma organização agir de forma ética e responsável em relação ao seu impacto no meio ambiente e na sociedade.

Assinale a alternativa que apresenta o princípio da responsabilidade social relativo especificamente ao compromisso da empresa em se responsabilizar pelas suas decisões e atividades e prestar contas sobre seus impactos na sociedade aos órgãos de governança, às autoridades legais e às demais partes interessadas.

- (A) Transparência.
- (B) Comportamento ético.
- (C) Accountability.
- (D) Legalidade.
- (E) Respeito às partes interessadas.

70

Qualquer organização, de qualquer tamanho ou campo de atuação, pode, em algum momento de sua trajetória, se deparar com uma crise de opinião pública. “Crise de opinião pública é uma situação que surge quando algo é feito ou deixado de fazer – pela organização ou de sua responsabilidade que afeta ou afetou ou poderá afetar interesses de públicos relacionados à empresa e o acontecimento tem repercussão negativa junto à Opinião Pública.” (NEVES, 2002)

Considerando as melhores práticas para gerenciamento de crises, assinale a alternativa correta.

- (A) É melhor para a organização se o público for informado através de grandes veículos de mídia.
- (B) Não há como prever o risco de crise, por isso a empresa deve ter agilidade para elaborar as estratégias em cima da hora.
- (C) Para evitar agravar a crise, a organização afetada deve deixar o assunto “esfriar” na mídia antes de se manifestar.
- (D) A credibilidade e reputação anterior à crise favorecem a tolerância da mídia e da sociedade e aceleram a recuperação da imagem.
- (E) Crises empresariais internas afetam apenas os funcionários e, por isso, não geram crises de opinião pública.



**QUESTÃO DISSERTATIVA**

A *Pacific Market International* (PMI), controladora da marca *Stanley*, foi citada em dois novos processos nos Estados Unidos, tramitados pela Corte Distrital de Washington. Ela é acusada de enganar seus clientes por não deixar clara a presença de chumbo na parte de vedação dos copos. Nas últimas semanas, reclamações de consumidores americanos viralizaram nas redes sociais após realizarem testes rápidos que detectaram chumbo nos copos *Stanley*.

A situação obrigou a empresa a se posicionar e admitir a presença de chumbo na composição de seus produtos. Na ocasião, a *Stanley* disse que o metal é usado como vedação na base dos copos, mas que não entra em contato com a superfície e conteúdo do recipiente, devido a um revestimento de aço inoxidável.

Adaptado de Infomoney 2024. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/consumo/stanley-entra-na-mira-da-justica-por-presenca-de-chumbo-nos-copos/>

Com base no caso exposto, descreva como deve ser a atuação de uma empresa atingida por uma crise de opinião pública para superá-la. Redija um texto dissertativo sobre o tema.

**Instruções:**

- As respostas deverão ser redigidas de acordo com a norma padrão da língua portuguesa.
- Escreva com letra legível e não ultrapasse o espaço de linhas disponíveis da folha de respostas.
- Receberão nota zero textos que desrespeitarem os direitos humanos e textos que permitirem, por qualquer modo, a identificação do candidato.





RASCUNHO



V3

**DRH Abril 2024**  
1ª Fase – Objetiva e Dissertativa

0/0

1

1/100

