

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Julgue os itens a seguir, relativos à lógica constitutiva dos produtos da indústria cultural.

- 51 Adorno, Horkheimer e outros teóricos da Escola de Frankfurt se dedicam à análise sociológica e ideológica das forças políticas que determinam o fenômeno da mídia de massa. Conforme a teoria crítica, os grandes veículos de comunicação trabalham para a manutenção da ordem social existente, por meio de seus produtos, contra o interesse público social.
- 52 A indústria cultural se desenvolveu com vistas a aprimorar e melhor aproveitar as capacidades intelectuais do cidadão da sociedade industrial, provendo-lhe entretenimento e informação apropriados à velocidade da vida moderna.

Com relação às técnicas e atividades de relações públicas, julgue os itens seguintes.

- 53 O assessor de relações públicas deve gerir os processos de comunicação com os diversos grupos sociais de relacionamento e interesse, dentro e fora da sua instituição, promovendo relacionamentos e eventualmente mediando conflitos, em busca da criação e da manutenção da melhor imagem institucional possível, que facilite o cumprimento de sua missão na sociedade.
- 54 Por deterem instrumentos, métodos, áreas de atuação e públicos diversos, as atividades de relações públicas e de comunicação organizacional são díspares, cada qual buscando atingir seus objetivos e públicos de forma própria e independente.

A respeito das atividades de assessoria de imprensa, julgue os itens que se seguem.

- 55 A contratação de profissionais graduados em jornalismo como assessores de imprensa representa condição vantajosa para a garantia de espaços nos veículos de comunicação junto aos pares de formação — repórteres, redatores e editores —, dada a utilização excessiva de *releases*, *press-kits* e coletivas.
- 56 A ampliação das atividades do jornalista de assessoria de imprensa no âmbito da comunicação organizacional envolve as áreas de relações públicas, *marketing* institucional e publicidade, com diferentes funções, incluindo-se a do planejamento comunicacional; entretanto as funções de relacionamento com a mídia jornalística, redação de *releases*, sugestão de pautas e *clipping* de notícias continuam sendo atividades exclusivas de jornalistas habilitados.
- 57 Em razão de seu compromisso profissional, o jornalista assessor de imprensa não tem obrigação direta com a venda dos produtos da empresa, mas pode atuar com vistas a sedimentar imagem, marcas e ideias da empresa junto aos meios jornalísticos.

O *marketing* organizacional, ou *marketing* institucional, consiste em atividades empreendidas para criar, manter ou modificar as atitudes e comportamentos do público-alvo com relação a uma organização.

Philip Kotler, Gary Armstrong. *Princípios de marketing*. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 1999, p. 461 (com adaptações).

Com relação ao tema tratado no texto acima, julgue os próximos itens.

- 58 O *marketing* institucional não tem caráter estratégico para empresas sem fins lucrativos e cujo compromisso principal seja a responsabilidade social, pois elas não dependem da venda de produtos e devem priorizar suas atividades sociais e comunitárias.
- 59 O desenvolvimento do plano de *marketing* da empresa pode ser definido com base em pesquisas periódicas de opinião realizadas com públicos estratégicos, com vistas a determinar a distância entre a imagem real e a almejada.

As pesquisas de satisfação têm sido bastante utilizadas no Brasil na última década, especialmente nas empresas privatizadas prestadoras de serviços públicos, fornecendo elementos para tomadas de decisões de gestão, além de especificamente determinar indicadores básicos, como preços, subsídios e financiamentos.

IBOPE. *O papel das pesquisas de opinião na administração pública brasileira*. 2006, p. 13 (com adaptações).

Tendo como referência o texto acima, julgue os itens seguintes acerca de pesquisas de satisfação.

- 60 As pesquisas de satisfação, embora úteis na composição de um quadro sobre a imagem de uma instituição, órgão ou concessionária, não apresentam dados específicos de percepção acerca da imagem da administração, importantes para compor um plano estratégico de comunicação.
- 61 Além da utilidade direta no monitoramento do grau de satisfação do cidadão com os serviços avaliados, as pesquisas de satisfação também permitem comparações entre as concessionárias e reforçam a necessidade de essas empresas prestarem contas do serviço público sob sua responsabilidade.

O *marketing* social (MS) responsável exige maturidade empresarial, e deve ter como foco primordial a causa social e não o bônus de imagem que ela possa gerar. O MS deve ser assumido pelas empresas como uma ampliação de seus compromissos, não como ação alternativa de propaganda.

Adriana R. Ferreira. *Marketing social responsável*. In: *Revista Panorama*, PUC/Goias, n.º III, ago./2012, p. 4 (com adaptações).

Com relação ao assunto abordado no texto acima, julgue os itens subsequentes.

- 62 Assumir compromissos sociais diretos com a comunidade que cerca uma instituição deve ser prioridade apenas para empresas não comerciais. Para empresas comerciais, a opção mais adequada de MS é o estabelecimento de parcerias ou alianças com ONGs.
- 63 A empresa que desenvolve ações sociais paralelamente com suas atividades comerciais deve demonstrar um compromisso com a sociedade que vai além do econômico-monetário, sob pena de ser classificada como oportunista. Para obter retorno positivo para sua imagem, é recomendável que a empresa associe, de forma integrada e transparente, ações de comunicação, inclusive publicitárias, às atividades sociais.

No que diz respeito à comunicação digital, julgue os itens a seguir.

- 64 Entre as características-chave da comunicação digital, destacam-se a hipertextualidade, a *multimedialidade* e a interatividade, que ampliam o poder da comunicação no tempo e no espaço, embora demandem investimento maior de tempo e de recursos na produção da mensagem e na manutenção do diálogo com os públicos atendidos.
- 65 Nas mensagens tradicionais, a policronia propicia informações mais duráveis, em comparação com as mensagens digitais, que são multidirecionalmente interativas e podem ser respondidas e transformadas em tempo real.
- 66 Em virtude da redução de custos das mensagens digitais frente às mídias físicas tradicionais, é estratégico que as organizações planejem a migração completa de sua comunicação para o *medium* Internet no menor prazo possível, sob pena de perderem competitividade para a concorrência e deixarem de atender a públicos (internos e externos) que priorizam esse meio por sua rapidez e facilidade de acesso.

Acerca da comunicação interna, julgue os itens que se seguem.

- 67 Sendo a área de comunicação interna responsável por propiciar veículos e ferramentas que facilitem o diálogo entre todas as áreas da organização para o cumprimento de suas finalidades estratégicas, é necessário integrar planejamento e política de comunicação, bem como envolver nesse processo as demais áreas de comunicação da organização.
- 68 Por ser a comunicação interna uma área que desenvolve atividade meio, que oferece instrumentos e presta serviço às demais áreas da organização, não é possível avaliar suas ações por meio de pesquisas e indicadores quantitativos, dada a interdependência entre suas ações e as de outras áreas usuárias de suas ferramentas.
- 69 A comunicação interna, uma das áreas com interface direta com toda a organização, favorece o alinhamento organizacional, inclusive sobre os atributos de marca e metas corporativas.

De acordo com dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), julgue o item abaixo.

- 70 Pode-se associar o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, evidenciado no CDC, ao entendimento de que, na sociedade de consumo, as relações de mercado influenciam as relações sociais, o que favorece a criação de necessidades artificiais por meio das práticas comerciais publicitárias.

A respeito da comunicação pública, julgue os seguintes itens.

- 71 Sendo as sociedades democráticas essencialmente plurais, cabe à comunicação pública estabelecer os canais e critérios de solução de conflitos, com base em mecanismos dialógicos.
- 72 A abrangência da comunicação pública não impede sua cotidiana delimitação às áreas de atuação profissional típicas desse âmbito, como assessoria de imprensa, relações públicas, publicidade e *marketing*; assim, para a garantia da coerência do discurso institucional e a correta informação do cidadão, é fundamental que os processos de comunicação pública sejam realizados pelas áreas especialistas.
- 73 A construção da cidadania e da democracia requer a divulgação ampla e transparente da informação de interesse público, o que evidencia a necessidade de investimento prioritário nos veículos e canais de comunicação de massa, como o rádio e a TV.

Com relação à organização de eventos, julgue os itens seguintes.

- 74 Uma feira ou festival que dure vários dias, ainda que seguidos, não se caracteriza como evento, pois não atende ao requisito de concentração em um único espaço de tempo.
- 75 Por integrar a categoria de instrumentos de comunicação dirigida de uma instituição, a realização de um evento, ou a participação em evento organizado por outra instituição, permite a promoção direta de determinado produto ou serviço para o público específico a que ele se destina.

No que diz respeito a conceitos e modos de utilização de ferramentas e aplicativos para montagem e transmissão de áudio e vídeo pela Internet, julgue os itens que se seguem.

- 76 A videoconferência ainda é uma aspiração para muitos usuários da Internet pelo fato de não existir no mercado aplicativo disponível para essa finalidade e devido ao custo da transmissão, simultânea, de áudio e vídeo entre várias pessoas.
- 77 As ferramentas que utilizam a técnica de *streaming* fornecem ao usuário a possibilidade de assistir a um vídeo sem que haja a necessidade de realizar o *download*.
- 78 Alguns aplicativos, como, por exemplo, o Media Player, permitem acessar diretamente o servidor *web* para que se faça o *download* de arquivos de áudio.

Com relação aos *softwares* Photoshop CC, Gimp 2.8, Edius Pro 7 e Encore CS6, julgue os itens subsequentes.

- 79 O novo recurso denominado Bloquear Pixels, disponível no Gimp 2.8, evita que usuários não autenticados alterem uma imagem já trabalhada.
- 80 A janela Timeline, do Edius Pro 7, é usada quando se deseja aplicar efeitos a um vídeo, como, por exemplo, a inclusão de um título.
- 81 As características do Edius Pro 7, no que se refere à importação de arquivos de vídeo armazenados em dispositivos externos, como um DVD, incluem a sua capacidade de importação desses arquivos a partir de discos protegidos contra cópia.
- 82 No Encore CS6, arquivos com a extensão TIFF não podem ser importados como menus.
- 83 O Adobe Photoshop CC possui o recurso denominado redução de vibração da câmera, por meio do qual uma fotografia pode ter o seu conteúdo corrigido automaticamente com base nas perspectivas dos seus elementos.
- 84 Para realizar a rotação de uma imagem utilizando o Gimp 2.8, o usuário deverá acessar o menu Image - Transform e, posteriormente, escolher o grau de rotação desejado.

Acerca do tratamento digital de imagens, concepção e produção de vinhetas, *softwares* de modelagem e animação em 3D, julgue os itens subsequentes.

- 85 A produção de uma vinheta pode ser realizada por meio de diversas linguagens, sendo a computação gráfica, atualmente, a linguagem predominantemente utilizada.
- 86 Uma característica importante do Blender, *software* de edição de imagem em 3D, é que ele possui um recurso que permite editar texto e outros tipos de objetos da mesma forma que se edita as imagens em 3D.
- 87 O processo de renderização, em um *software* de modelagem e animação em 3D, é dispendioso, uma vez que exige ajustes necessários de iluminação, presença de sombras e outros elementos da cena, bem como demanda alta capacidade de processamento do computador.
- 88 Assim como em um arquivo de texto, que contém caracteres repetidos, os arquivos de imagem também possuem várias informações repetidas, como cores, traços e formas.

Com relação a produção gráfica, processos de impressão, papel, tipos, dimensionamento e aproveitamento (corte), julgue os itens seguintes.

- 89 O tamanho de uma folha de formato A0 equivale a 10 folhas A4; uma folha de formato A1 é o dobro de uma de formato A0.
- 90 Um exemplo de processo planográfico é o *offset*, em que a imagem da matriz (chapa) é transferida para um cilindro revestido com borracha e, desse cilindro, é transferida para o papel.
- 91 O *offset* digital é um processo eletrográfico em que a entrada dos dados digitais ocorre do computador para a chapa da impressora.
- 92 LWC é um tipo de papel revestido liso e com brilho, de baixa gramatura, usado para a impressão de revistas e encartes em impressoras rotativas.

A respeito de diagramação, resolução, sistemas de cor e tipos de arquivos, julgue os próximos itens.

- 93 Em uma imagem digitalizada, a resolução, denominação dada à medida de qualidade da amostragem, é calculada pela razão entre a quantidade de *pixels* e o tamanho da imagem real no filme ou equivalente.
- 94 Um PDF é um arquivo aberto, visto que pode ser lido com as mesmas configurações em qualquer computador que possua instalação de fontes (famílias e tipos de letras) específicas.
- 95 Para obter uma diagramação de qualidade, deve-se evitar o uso de contrastes fortes.
- 96 As técnicas, os conhecimentos e os procedimentos que visam à maior eficácia na transmissão visual de mensagens verbais e não verbais, por meio dos diversos meios de comunicação, seguem quatro princípios básicos da diagramação: proximidade, alinhamento, repetição e contraste.

No que se refere a aplicações em gerenciamento, apresentação de imagens, execução de trabalhos em três dimensões e mídias sociais, julgue os itens subsequentes.

- 97 As redes sociais têm o tamanho padrão de medidas para imagens, o que facilita a criação, pois um único arquivo de imagem pode ser utilizado para ser postado em diferentes mídias sem comprometer a aparência.
- 98 Na linguagem HTML, para inserir uma imagem, utiliza-se a *tag* `<img />`, que pode ser aberta e fechada no mesmo bloco da *tag*, sendo também necessário usar o comando `src` para que o navegador obtenha o endereço da imagem.
- 99 A principal diferença entre um objeto bidimensional (2D) e um objeto tridimensional (3D) projetados em uma tela bidimensional é a adição ao objeto de uma terceira dimensão, que o leva a se aproximar ou a se afastar do ponto de visão do usuário.
- 100 A tecnologia de análise de sentimento social é um intrincado algoritmo que analisa reações em torno de um tema, marca ou pessoa, sem a necessidade de uma *hashtag*. Com imensa capacidade de processamento em tempo real, o sistema consegue identificar, filtrar e analisar os textos em português contidos nos comentários das mídias sociais acerca de determinado tema.

Acerca das fases de produção audiovisual, julgue os itens seguintes.

- 101 O produto final da fase de produção é o filme editado que está pronto para receber os retoques finais de filtros de cor, efeitos especiais e letreiros, além da adição de trilha sonora.
- 102 Para que a etapa de produção seja realizada, todo o planejamento dessa etapa — incluindo a definição de recursos necessários, o levantamento de custos e a captação de recursos — deverá ter sido concluído na fase de pré-produção.
- 103 Na fase de produção, além da definição do diretor da obra audiovisual, são produzidos o roteiro, os *storyboards* e a filmagem.
- 104 Na fase de produção, o diretor é responsável por decisões finais sobre o *casting*, o que permite a realização da filmagem planejada na fase anterior (pré-produção).

Julgue os próximos itens, relativos ao uso do *software* Audacity em trabalhos de edição sonora.

- 105** Os efeitos de reverberação e eco, embora de natureza similar, diferenciam-se quanto à duração do intervalo de tempo que separa o som original do repetido: o intervalo de tempo da reverberação é inferior a aproximadamente um décimo de segundo, ao passo que o do eco ocorre quando o intervalo é superior a esse tempo.
- 106** A equalização de uma amostra sonora em editores como o Audacity é utilizada para alterar a intensidade de diferentes faixas de frequência na composição espectral de um som gravado, o que permite adequar o som à reprodução em equipamentos diversos em potência e fidelidade.
- 107** Para suavizar transições entre trechos musicais, deve-se aplicar o efeito de *fade in* no som que estiver terminando, e de *fade out* no que estiver começando.

Há diversas formas para recuperar objetos multimídia nos ambientes virtuais. Em bancos de dados convencionais, por exemplo, utiliza-se de forma recorrente a consulta baseada em atributos (metadados) que caracterizam ou descrevem o objeto armazenado.

Internet: < www.academia.edu > (com adaptações).

Com relação ao assunto abordado no texto acima, julgue os itens a seguir.

- 108** Nome do autor, locação, data de produção e duração temporal do arquivo são elementos que, embora facilitem a pesquisa e a recuperação de um produto audiovisual, não se classificam como metadados, pois não descrevem o conteúdo do produto.
- 109** Embora econômica, considerando o reduzido tamanho dos metadados, a metodologia de armazenamento de arquivos multimídia em bancos de dados convencionais e consulta por metadados é limitada, visto que a recuperação depende dos termos descritivos do audiovisual e deixam de lado a riqueza de seu conteúdo imagético e sonoro.

Para montagem e teste de equipamentos utilizados em produções audiovisuais (cabeamento de todos os dispositivos), um técnico de som deverá executar os seguintes passos:

1. gerar sinais de referência a partir de geradores de frequência de som do próprio sistema;
2. testar a qualidade do áudio que chega aos fones de ouvido;
3. ouvir a resposta de cada um dos microfones que será utilizado na cena, avaliando a fidelidade da captação;
4. monitorar, atentamente, a existência de algum *humming* (ruído elétrico) indesejável que possa trafegar no sistema e tentar eliminá-lo. Ao empregar a tecnologia atual para o registro sonoro (gravadores digitais multipista), o técnico de som deverá, ainda, fazer a checagem da configuração dos parâmetros para a digitalização do som, organizar o roteamento das entradas de sinal para os canais de gravação, configurar os dispositivos de contagem de tempo e enviar o sinal de *time code* para a câmera.

João Godoy. *O método de trabalho do som direto: manual para captação de som direto em produções audiovisuais*. São Paulo: Mnemocine Editorial, 2014, p. 23-4 (com adaptações).

Com base no procedimento descrito acima e nos equipamentos e dispositivos de áudio e vídeo, julgue os itens de **110** a **112**.

- 110** O passo 1 pode ser útil para a checagem de chegada de som aos fones de ouvido no passo 2, mas não é suficiente para testar plenamente a qualidade da captação, que dependerá do passo 3.

- 111** A utilização de gravadores digitais multipistas reduz as perdas de material de áudio gravado direto, pois, se houver ruído ou falha em um dos canais de áudio, será possível editar o material preservado em outros canais.
- 112** O envio do sinal de *time code* para a câmera tem a finalidade de permitir uma perfeita sincronização entre som e imagem no momento da montagem e edição do produto audiovisual.

No que se refere aos métodos e aos termos utilizados para identificar e diferenciar planos, enquadramentos e movimentos de câmera, julgue os itens que se seguem.

- 113** Os movimentos de câmera são formas de intervir na construção do ponto de vista de um plano. Esses movimentos incluem a “panorâmica” (PAN), que consiste na rotação da câmera em torno de seu próprio eixo, e o *travelling*, que é o deslocamento da câmera de modo retilíneo.
- 114** *Zoom* consiste em um movimento de câmera que possibilita a variação da distância focal, influenciando a perspectiva da imagem.
- 115** Plano, também denominado tomada, é a menor unidade significativa de um filme ou vídeo contida entre dois cortes consecutivos.
- 116** A escala das dimensões dos planos é utilizada para definir e classificar os enquadramentos feitos pela câmera conforme o distanciamento existente entre a câmera e o objeto filmado, sem considerar aspectos como profundidade de campo e perspectiva.

O processo de edição de vídeo permite unir, por meio de *softwares* específicos, imagens e sons em determinada ordem, de modo a formar cenas e sequências que produzem um sentido de continuidade espaço-temporal. Acerca desse assunto, julgue os itens subsequentes.

- 117** Fusão, também conhecido como *fade*, é um efeito de transição utilizado entre planos subsequentes com o objetivo de indicar uma passagem de tempo.
- 118** Fotometria refere-se ao processo de alteração e ajuste de cores na imagem, realizado durante a fase de edição de vídeos.
- 119** Final Cut Pro, Sony Vegas Pro e Adobe Premiere Pro são *softwares* utilizados na edição de vídeos.
- 120** Mixagem é um processo de finalização de som que, realizado juntamente com a edição de imagem, combina diálogos, ruídos, som ambiente e trilha musical em um único canal sonoro.