



Universidade de São Paulo
Brasil



CONCURSOS AGOSTO DRH USP
ANALISTA DE COMUNICAÇÃO (ESPECIALIDADE: DIVULGAÇÃO EDITORIAL)
EDITAL RH Nº 025/2024

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 A1**. 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: **4 (quatro) horas**. Cabe ao(à) candidato(a) 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 da folha 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 **60 (sessenta)** 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.



TEXTO PARA AS QUESTÕES 01 E 02

Ensinar linguagem é mais do que ensinar as estruturas da língua, pois se concentra em levar o aluno a desenvolver competências analíticas dos contextos de uso da linguagem de modo a se tornar capaz de analisar discursos. Os contextos, como situações recorrentes na sociedade, são constituídos na linguagem e pela linguagem e se estruturam como partes da cultura. Como construtos intersubjetivos da coletividade, os contextos são aquilo reconhecido como tal pelos que participam do grupo social. Nesse sentido, o contexto passa a ser critério para se escolher o que e como dizer ou escrever. O ensino de gramática deve estar a serviço dessa capacidade de analisar o contexto e de escolher as possibilidades a partir das ofertas do sistema da língua e não o contrário.

Se concordarmos que participar de uma “atividade” e se engajar na “interação” com o mundo são componentes centrais no desenvolvimento das habilidades de leitura e de redação, então gêneros textuais passam a ser também um construto teórico útil para o ensino de produção textual.

Uma definição para gêneros textuais que enfatiza o papel do contexto envolve considerá-los como interações retóricas típicas com base em situações recorrentes num determinado contexto de cultura. Há aqui o pressuposto de que as pessoas reconhecem similaridades entre situações recorrentes e assim elaboram representações de ações tipificadas.

Se a linguagem é um fenômeno social e não individual, então a aquisição da linguagem é um processo orientado para as condições e as interações sociais. Assim, a criança experimenta a linguagem nos textos produzidos e consumidos à sua volta; ela vivencia a cultura de seu grupo social nas situações que são engendradas no dia a dia. Ao prestar atenção ao “texto-na-situação”, a criança elabora o sistema da língua e, ao usar esse sistema para interpretar o texto, ela elabora a cultura. A criança aprende a língua, porque aprende a participar da vida social e, à medida que cresce, a recíproca passa a ser, cada vez mais, verdadeira: ela pode participar melhor da vida social porque sabe mais sobre como usar os recursos linguísticos.

Linguagem em (Dis)curso - LemD, Tubarão, v. 6, n. 3, p. 495-517, set./dez. 2006. Adaptado.

01

De acordo com o texto, contextos são, entre outros aspectos,

- (A) estruturas gramaticais de caráter estável na língua materna.
- (B) interações reconhecidas pelos participantes do grupo social.
- (C) circunstâncias temporárias sem determinação cultural.
- (D) pressupostos independentes da escolha de ações tipificadas.
- (E) elementos definidos por princípios acadêmicos formais.

02

No trecho do texto “Se concordarmos que participar de uma ‘atividade’ e se engajar na ‘interação’ com o mundo são componentes centrais no desenvolvimento das habilidades de leitura e de redação, então gêneros textuais passam a ser também um construto teórico útil para o ensino de produção textual.” (2º. parágrafo), os conectivos “se” e “então”

- (A) introduzem dúvida sobre a importância da interação com o mundo.
- (B) estabelecem relação contrária entre atividade e utilidade dos gêneros textuais.
- (C) apresentam condição hipotética e sua consequência lógica.
- (D) sugerem alternativa para a participação em atividades.
- (E) indicam o desacordo entre interação e o discurso escrito.

03

A ameaça do recuo neuronal da população francesa é, no fundo, mais preocupante do que a ameaça do terrorismo. Basta um único número para mostrar essa urgência: 17% dos jovens franceses pertencem à categoria NEET (não estudam, nem estão em formação, nem estão empregados). Em outras palavras, perdidos num impasse total e sendo capazes de depositar suas esperanças em subsídios para sobreviver. A situação é ainda mais dramática porque a análise econômica mostra que os maus resultados nas pesquisas do tipo PISA (Programa Internacional de Avaliação de Estudantes) estão fortemente correlacionados com o desemprego dos jovens, com os baixos ganhos de produtividade e com o investimento insuficiente em Pesquisa e Desenvolvimento. Ou seja, o desempenho econômico e social depende diretamente da qualidade do nosso sistema de educação e de formação.

A revolução da Educação nacional terá que retirar muito mais do que o ferrolho dos estatutos e das tensões sindicais. Isso é ainda mais inquietante porque as capacidades da IA estão aumentando. O QI do ChatGPT foi de 83 na versão 3.5 para 96 na versão GPT4. Agora o ChatGPT é mais inteligente do que 46% dos franceses. O QI do ChatGPT aumenta 3 pontos por mês. Estremecemos ao pensar nos resultados do GPT5 ou GPT6 que serão divulgados nos próximos doze meses.

A eclosão da IA não poderia ocorrer em pior momento. Ela acontece quando o europeu está numa depressão profunda. Ele não se ama mais, não acredita em mais nada, exceto numa ilusória salvação regressiva.

ALEXANDRE, L. *A guerra das inteligências na era do ChatGPT*. Trad. Idalina Lopes. Santana de Parnaíba (SP): Amarylis, 2024. Adaptado.

No texto, no que diz respeito à preocupação com o recuo neuronal da população francesa, depreende-se que a

- (A) análise econômica destaca as tensões sindicais como a principal causa dos maus resultados educacionais.
- (B) situação dos franceses é uma questão temporária que será administrada com a chegada de novas tecnologias.
- (C) a parcela da população com QI mais elevado se dedica a educar os algoritmos e as máquinas.
- (D) taxa de 17% de homens NEET está acima da média global.
- (E) educação e formação inadequadas dos jovens contribuem para um ciclo de desemprego e baixa produtividade.



TEXTO PARA AS QUESTÕES 04 E 05

O cérebro humano tem uma propensão fortíssima a acreditar que correlações demonstram a existência de relações causais. Vira e mexe lemos notícias do tipo: pessoas que comem muito aspargo têm menos câncer. Nossa mente imediatamente imagina que comer aspargos evita o câncer e decidimos comer aspargos aos montes.

Mas, o que existe nesse caso é uma correlação entre consumo de aspargos e câncer. E isso não implica uma relação causal, ou seja, o alto consumo de aspargos não é a causa da diminuição nos casos de câncer.

Muitas correlações refletem relações causais, mas, para demonstrar que elas estão por trás de uma correlação, é necessário alterar um dos fatores e demonstrar que o outro também se altera. No exemplo citado, precisaríamos aumentar ou diminuir o consumo de aspargos e observar se os casos de câncer aumentam ou diminuem da maneira esperada.

Meu exemplo preferido é o caso das cegonhas e dos bebês. No ano 2000, o cientista inglês Robert Mathews resolveu testar a veracidade da lenda de que são as cegonhas que trazem as crianças ao mundo.

Robert coletou os dados do número de ninhos de cegonhas em cada um de 17 países europeus e fez uma tabela com o nome do país, o número de ninhos presentes e o número de crianças nascidas. Com esses dados, fez um gráfico com o número de ninhos no país e o número de nascimentos, e descobriu que o número de nascimentos em um país tem correlação direta com o número de ninhos de cegonhas no país.

À medida que o número de ninhos cresce, cresce o número de nascimentos. Usando métodos estatísticos foi possível demonstrar que a probabilidade de essa correlação ter ocorrido ao acaso é muito baixa ($p < 0,008$). Isto significa que existe uma probabilidade de 99,2% de que a presença de ninhos está correlacionada ao nascimento de crianças.

O interessante nesse exemplo é que ninguém acredita que as cegonhas trazem nenês, apesar de a correlação ser forte. Portanto, é necessário testar se essa correlação é de fato uma relação causal. Infelizmente, os testes ainda não foram executados pois envolveriam bloquear ou estimular a chegada das cegonhas nos países e observar o que aconteceria com os nascimentos dos bebês. Esse é um experimento que foi rejeitado pelos ambientalistas e nunca foi feito.

<https://www.estadao.com.br/ciencia/fernando-reinach/como-um-cientista-investigou-a-correlacao-entre-o-numero-de-cegonhas-e-o-nascimento-de-bebes/> 31/05/2024. Adaptado.

04

No texto, os exemplos dos aspargos e da cegonha servem para

- (A) mostrar como as pessoas por vezes assumem que um evento causa outro com base na sua ocorrência conjunta.
- (B) ilustrar semelhanças entre relações de pressuposição e contraste.
- (C) corroborar achados sugerindo ligação entre alimentos em conserva e risco de câncer.
- (D) recomendar cautela ao transferir para humanos dados advindos de pesquisas com nutrientes e animais.

- (E) negar a necessidade de comprovação laboratorial de hipóteses.

05

Conforme o texto, um passo metodológico essencial para transformar uma observação correlacional em uma hipótese de relação causal estável inclui a

- (A) coleta de dados de múltiplos países para descartar certos critérios de avaliação.
- (B) manipulação experimental de uma das variáveis e a observação de mudanças na outra variável.
- (C) análise de dados estatísticos comprovando o fator acaso como determinante.
- (D) criação de tabelas e gráficos para corroborar a disparidade entre as variáveis.
- (E) revisão da literatura científica sobre o tema para buscar interpretações semelhantes.

06

Ao lançar novo álbum, 'Ateu Psicodélico', o cantor Zé Ramalho fala com exclusividade à Dizplay.

Dizplay: *Você escreveu em um breve texto que “esse disco é um manifesto, um turbilhão de imagens e vocábulos para contrastar com a música praticada atualmente no Brasil”. Que música é essa?*

Zé Ramalho: Todas as músicas praticadas no Brasil são repetitivas. Temas românticos cotidianos e divagações leves sobre política ou casos isolados são repetitivos em quase todas as situações. Não há mais delírio na música brasileira e eu sou o fornecedor de delírios desde o primeiro disco. Não quero desvalorizar quem não delira quando faz música. Mas é um gatilho que, quando acionado, provoca reações em quem ouve e escuta canções delirantes. Não estou criticando nenhuma forma musical da música brasileira, mas estou me referindo ao comportamento passivo de todas que são feitas.

Dizplay: *Alguns dizem não entender suas letras. Mas o mistério de uma poesia não é parte do discurso? O não inteligível pode dizer mais do que aquilo que se entende?*

Zé Ramalho: Uma vez perguntaram a um habitante das regiões ribeirinhas do Brasil, era uma pessoa que estava escutando rádio e ouvindo uma das minhas músicas, e alguém lhe pergunta: “Você entende alguma coisa do que está ouvindo?” E a pessoa responde: “Não entendo, mas acho bonito”. Isso é o que importa. Entender também importa, mas o que é mais importante é chamar a atenção com algum artifício que emociona. Racional é a maioria das canções de hoje em dia. Fácil de se entender, mãozinha pra cima, sai do chão... Eu produzo, muitas vezes, a negação da racionalidade. Surrealismo é isso. É você distorcer, modificar e aumentar o alcance de sons e imagens, letras e sentimentos.

<https://www.estadao.com.br/infograficos/cultura,ze-ramalho-todas-as-musicas-no-brasil-sao-repetitivas,1267733>. 09 de setembro de 2022. Adaptado.



Na entrevista, a metáfora do “delírio” sugere que a música produzida por Zé Ramalho

- (A) é uma crítica direta às versões de músicas românticas de língua inglesa.
- (B) recorre a certos clichês para agradar a parte do público.
- (C) é composta por temas ligados aos dramas pessoais e conflitos éticos.
- (D) desvia da racionalidade ao buscar despertar emoções.
- (E) tem como objetivo alcançar o maior número de ouvintes no país.

07

A remarkable body of accounts from ancient to medieval times describes self-medication by many different animals. The animals used plants to treat illness, repel parasites, neutralize poisons and heal wounds.

When a wild orangutan in Sumatra recently suffered a facial wound, apparently after fighting with another male, he did something that caught the attention of the scientists observing him.

The animal chewed the leaves of a liana vine -- a plant not normally eaten by apes. Over several days, the orangutan carefully applied the juice to its wound, then covered it with a paste of chewed-up liana. The wound healed with only a faint scar. The tropical plant he selected has antibacterial and antioxidant properties and is known to alleviate pain, fever, bleeding and inflammation.

In interviews and in their research paper, the scientists stated that this is "the first systematically documented case of active wound treatment by a wild animal" with a biologically active plant. The discovery will "provide new insights into the origins of human wound care."

The term zoopharmacognosy -- "animal medicine knowledge" -- was invented in 1987. But as the Roman natural historian Pliny pointed out 2,000 years ago, many animals have made medical discoveries useful for humans.

Some of the earliest written examples of animal self-medication appear in Aristotle's "History of Animals" from the fourth century BCE, such as the well-known habit of dogs to eat grass when ill, probably for purging and deworming.

Mysteries remain. No one knows how animals sense which plants cure sickness, heal wounds, repel parasites or otherwise promote health. What we do know is that we humans have been learning healing secrets by watching animals self-medicate for millennia.

UPI – United Press International, 24 May, 2024. Adaptado.

De acordo com o texto, o exemplo do orangotango que realizou automedicação para tratar uma ferida

- (A) nega conclusões advindas de pesquisas em zoofarmacognosia sobre propriedades medicinais das plantas.
- (B) sugere um nível de entendimento ou conhecimento ambiental além do uso habitual de recursos.
- (C) indica morosidade nas investigações a respeito da capacidade de animais selvagens de gerenciar a própria saúde.

- (D) permite a adaptação direta dos métodos de cura do reino animal para tratamentos em seres humanos.
- (E) alimenta o debate crescente em torno da resistência aos antibióticos e o interesse por terapias alternativas.

08

Having a sister means growing up with a lifelong best friend who's always there to chat, vent, and gossip. But it turns out that sisters share more than just wardrobes and a sense of humor, because they can also share their own language.

A new trend has taken social media by storm, revealing the unique and hilarious words and phrases that only sisters understand. Women young and old are taking to TikTok to share their own "sister dictionary" that no one else would possibly comprehend.

That includes Sarah Liguori, 26, from New Jersey who revealed the secret language she and her three sisters, Gabby, Katie, and Anna have created.

Examples of their "sister dictionary" include saying "I have a case of the uglies" when their hair or makeup doesn't go right, or Liguori's personal favorite is referring to something negative as "Les Mis." The phrases mean nothing to anyone outside the family, but it's a special dialect just between the sisters.

What's the Secret to a Sister Dictionary?

While the trend makes for some hilarious clips on social media, linguistic expert Dr. Cindy Blanco said that it signals a much deeper connection. According to Blanco, senior learning scientist at Duolingo, a shared language is evidence of "shared social bonds," so siblings who have grown up together can form these associations.

"We typically think of dialects as being the way huge regions or entire countries speak, but friend groups can show mini versions of this, like their own slang words for very particular meanings and pronunciations," Blanco said.

This isn't a new concept, as humans have long used shared languages to build alliances. "It's an outward sign of a significant relationship—it shows that you know something special from those who don't share or understand your lingo," Blanco said.

Newsweek. May 25, 2024. Adaptado.

Segundo o texto, a tendência das irmãs de criarem e disseminarem vocabulário exclusivo em plataformas digitais, entre outros aspectos,

- (A) comprova que irmãs que crescem separadas demonstram resiliência e adaptabilidade dos laços familiares.
- (B) oferece oportunidade de mulheres jovens transmitirem experiência de vida a pessoas idosas.
- (C) incentiva a formação de grupos insulares e resistentes a novas ideias ou influências externas.
- (D) sugere uma visão alternativa dos dialetos, tradicionalmente associados a grandes grupos, regiões ou países.
- (E) gera preocupação e levanta questões sobre privacidade e a fronteira entre o público e o privado.



09

It's a little hard to believe that just over a year ago, a group of leading researchers asked for a six-month pause in the development of larger systems of artificial intelligence, fearing that the systems would become too powerful. "Should we risk loss of control of our civilization?" they asked.

There was no pause. But now, a year later, the question isn't really whether A.I. is too smart and will take over the world. It's whether A.I. is too stupid and unreliable to be useful.

Consider the announcement from OpenAI's chief executive, Sam Altman, who promised he would unveil "new stuff" that "feels like magic to me." But it was just a rather routine update that makes ChatGPT cheaper and faster.

It feels like another sign that A.I. is not even close to living up to its hype. In my eyes, it's looking less like an all-powerful being and more like a bad intern whose work is so unreliable that it's often easier to do the task yourself. Acknowledging A.I.'s flaws could help us invest our resources more efficiently and also allow us to turn our attention toward more realistic solutions.

Others voice similar concerns. "I find my feelings about A.I. are actually pretty similar to my feelings about blockchains: They do a poor job of much of what people try to do with them, they can't do the things their creators claim they one day might, and many of the things they *are* well suited to do may not be altogether that beneficial," wrote Molly White, a cryptocurrency researcher and critic.

Researchers in many fields have found that A.I. often struggles to answer even simple questions, whether about the law, medicine or voter information. Researchers have even found that A.I. does not always improve the quality of computer programming, the task it is supposed to excel at.

The New York Times, May 15, 2024. Adaptado.

No texto, ao empregar as expressões "an all-powerful being" e "a bad intern" (4º. parágrafo), em relação à Inteligência Artificial, o autor

- (A) enfatiza a confiabilidade na execução de tarefas práticas de baixa complexidade.
- (B) desaprova os volumosos aportes financeiros realizados pelo setor de criptomoedas.
- (C) destaca a discrepância entre a escalada de expectativas e a realidade da eficácia da tecnologia.
- (D) alerta para o avanço acelerado e o risco de substituir ou superar as capacidades humanas.
- (E) teme a amplificação ou manutenção de vieses existentes nos dados usados para treinar as máquinas.

10

A recent study has found empirical evidence behind an old rule for effective writing—the simpler, the better. Researchers looked at how readers engage with newspaper headlines. Their analysis confirms that, in a gloomy time for journalism, news agencies eager for clicks will need to keep their headlines simple and easy to read.

In lab-controlled experiments and real-world trials, headlines that used common words with fewer syllables attracted more reader engagement. More analytic and complex headlines got fewer clicks, and some readers didn't even remember them just minutes after seeing them.

To appeal to readers, editors must include simplicity as one of many factors that go into writing headlines, which must summarize often complicated articles in just a few words. Researchers cautioned against trying to make headlines too precise. "When we're trying to communicate to a busy audience, it's great to have a neat vocabulary, but better to use simple words."

The project also found a gap—what it labelled a potentially "consequential blind spot"—between journalists and their readers. In one of the component studies, journalists were found to be an exception to the "simpler-is-better" hypothesis for holding attention. They showed no difference in engagement between simple and complex headlines, and remembered both equally well, "suggesting a disconnect between what journalists think audiences will read and what they actually do."

With the results of the study, however, researchers said that journalists now have at least one more aid for crafting their headlines. "When all else is equal, and you are on the fence, simpler language is better."

Harvard Magazine. 06 May, 2024. Adaptado.

No texto, o "ponto cego" descrito pelos pesquisadores, no estudo sobre manchetes de jornal, sugere

- (A) discrepância entre as expectativas dos jornalistas e as preferências dos leitores.
- (B) desvalorização do interesse dos assinantes por manchetes sensacionalistas.
- (C) preferência de redatores por artigos complexos em comparação com os simples.
- (D) engajamento dos seguidores com reportagens longas e detalhadas.
- (E) compromisso de colonistas em desafiar habilidades de leitura do público-alvo.



11

The human hand is a marvel of nature. No other creature on Earth, not even our closest primate relatives, has hands structured quite like ours, capable of such precise grasping and manipulation.

But we're doing less intricate hands-on work than we used to. A lot of modern life involves simple movements, such as tapping screens and pushing buttons, and some experts believe our shift away from more complex hand activities could have consequences for how we think and feel.

"When you look at the brain's real estate — how it's divided up, and where its resources are invested — a huge portion of it is devoted to movement, and especially to voluntary movement of the hands," said Kelly Lambert, a professor of behavioral neuroscience at the University of Richmond in Virginia.

Dr. Lambert said that she is interested in "the connection between the effort we put into something and the reward we get from it" and that she believes working with our hands might be uniquely gratifying.

In some of her research on animals, Dr. Lambert and her colleagues found that rats that used their paws to dig up food had healthier stress hormone profiles and were better at problem solving compared with rats that were given food without having to dig.

She sees some similarities in studies on people, which have found that a whole range of hands-on activities — such as knitting and gardening— are associated with cognitive and emotional benefits, including improvements in memory and attention, as well as reductions in anxiety and depression symptoms.

The New York Times. 28 March, 2024. Adaptado.

No texto, a expressão "brain's real estate" (3º. parágrafo) tem sentido metafórico, ilustrando como o cérebro

- (A) retém experiências da infância.
- (B) desenvolve funções primitivas.
- (C) acumula estímulos compensatórios.
- (D) ativa sinapses distintas.
- (E) aloca recursos seletivamente.

12

How accurate are our memories, and in what ways do they truly shape us? And why does some of what we remember come to us easily, even unbidden, while other things remain maddeningly just out of reach, seeming to slip even further away the more we struggle to summon them?

In the book "Why We Remember", Charan Ranganath, a neuropsychologist, writes that the question he always gets when he mentions that he studies memory is "Why am I so forgetful?". "The problem isn't your memory, it's that we have the wrong expectations for what memory is for in the first place," he writes.

In common with many researchers studying cognition and behavior, he takes a broadly evolutionary view. "The various mechanisms that contribute to memory have evolved to meet the challenges of survival." It's easy enough to imagine how

being able to retain knowledge about food sources or particular dangers could be lifesaving for our ancestors. But thinking of memory as an adaptive trait has a less obvious and perhaps more interesting corollary: "Viewed through this lens, it is apparent that what we often see as the flaws of memory are also its features." In the right circumstances, apparently, forgetting has been useful, too.

Our brains are quick to adjust to the real world. Once we see memory as a dynamic phenomenon, rather than as a passive record, it becomes possible to understand how forgetting can also serve a purpose. "Forgetting isn't a failure of memory; it's a consequence of processes that allow our brains to prioritize information that helps us navigate and make sense of the world," Ranganath writes. In certain circumstances, forgetting can even be part of the memorization process." It seems that pushing our memory to failure can produce exactly the sort of salient experience that will then fix a piece of information in our mind.

New Yorker. May 13, 2024. Adaptado.

Segundo o texto, um aspecto discutido pelo neuropsicólogo Ranganath, no que diz respeito à memória, envolve

- (A) a incapacidade humana de armazenar informações de longo prazo.
- (B) a evolução dos mecanismos de memória para enfrentar desafios de sobrevivência.
- (C) a falha dos seres humanos em desenvolver lembranças episódicas.
- (D) a ideia de que o esquecimento é uma deficiência que impede a função cognitiva.
- (E) a eficácia de registros imagéticos em situações de perigo.

13

O pacote Adobe ganhou o universo da tecnologia e hoje em dia é indispensável na vida de profissionais de várias áreas. Adobe é uma das empresas mais conhecidas do mundo com um portfólio diversificado de produtos, que cobre todas as necessidades dos profissionais de audiovisual. Desde softwares profissionais gráficos e de edição de vídeo até ferramentas de criação de conteúdo e publicação na web, o pacote Adobe tem uma solução para todos. Alguns dos aplicativos mais populares da Adobe são *Photoshop* e *InDesign*. Assinale a alternativa que apresenta, respectivamente, a principal função do *Photoshop* e *InDesign*.

- (A) Edição de Imagens - Animação de Vídeos.
- (B) Animação de Vídeos - Edição de Imagens.
- (C) *Design* e *layout* de páginas – Edição de Imagens.
- (D) Edição de Imagens – *Design* e *layout* de páginas.
- (E) Animação de Vídeos – *Design* e *layout* de páginas.



14

O uso adequado de extensões de arquivos no *design* gráfico é essencial para garantir qualidade, compatibilidade e eficiência no fluxo de trabalho e é muito importante entender as extensões de arquivos que cada programa gera nativamente e suas características. Em relação às extensões de arquivos geradas nativamente pelo *Photoshop* e *InDesign*, assinale a alternativa que apresenta a afirmação correta.

- (A) O Adobe *Photoshop* gera arquivos com extensão .indd, enquanto o Adobe *InDesign* gera arquivos com extensão .psd.
- (B) O Adobe *Photoshop* gera arquivos com extensão .psd, que podem ser diretamente editados no Adobe *InDesign*.
- (C) O Adobe *InDesign* gera arquivos com extensão .tiff, que são usados para edição avançada de imagens no Adobe *Photoshop*.
- (D) O Adobe *Photoshop* gera arquivos com extensão .ai, enquanto o Adobe *InDesign* gera arquivos com extensão .eps.
- (E) O Adobe *Photoshop* gera arquivos com extensão .jpg, enquanto o Adobe *InDesign* gera arquivos com extensão .pdf.

15

Dentre as diversas funcionalidades do Adobe *InDesign*, há uma especialmente útil para analistas de comunicação que frequentemente precisam trabalhar com elementos visuais padronizados em várias peças de comunicação, mantendo a coesão visual e economizando tempo de *design*. Assinale a alternativa que se refere à funcionalidade descrita.

- (A) Biblioteca de Objetos.
- (B) Mesclagem de Dados.
- (C) Gerenciador de Cores.
- (D) Guias Inteligentes.
- (E) Estilos de Caractere.

16

Um analista de comunicação está preparando imagens para um novo folheto promocional da empresa. Qual ferramenta do Adobe *Photoshop* seria mais apropriada para remover um objeto indesejado de uma fotografia sem deixar vestígios?

- (A) Pincel de História.
- (B) Ferramenta Carimbo.
- (C) Filtro de Desfoque.
- (D) Varinha Mágica.
- (E) Conta-gotas.

17

O Adobe *Photoshop* e o Adobe *InDesign* são ferramentas essenciais para criação e edição de *design* gráfico, cada um com suas características distintas e voltadas para diferentes aspectos do processo criativo, mas o Adobe *Illustrator* pode ser a melhor opção quando é necessário criar logotipos vetoriais para empresas.

Assinale a alternativa que apresenta um recurso específico do Adobe *Photoshop*, um do Adobe *Illustrator* e um do Adobe *InDesign*, respectivamente.

- (A) Página-mestre, Traçado de Imagem e Pincel de Recuperação para Manchas.
- (B) Traçado de Imagem, Pincel de Recuperação para Manchas e Página-mestre
- (C) Traçado de Imagem, Página-mestre e Pincel de Recuperação para Manchas.
- (D) Pincel de Recuperação para Manchas, Página-mestre e Traçado de Imagem.
- (E) Pincel de Recuperação para Manchas, Traçado de Imagem e Página-mestre.

18

Um analista de comunicação está responsável por criar uma apresentação visualmente impactante para uma campanha de *marketing* de uma empresa. Ele precisa integrar gráficos, infográficos e imagens de produtos de forma clara e atrativa. Para isso, ele planeja utilizar recursos específicos do Adobe *Photoshop* e Adobe *InDesign* em seu fluxo de trabalho na sequência a seguir:

- 1º passo - Utiliza o *Photoshop* para editar e aprimorar as imagens dos produtos da empresa;
- 2º passo - Importa as imagens editadas para o *InDesign*, onde começa a compor o *layout* da apresentação, posicionando visualmente os produtos e infográficos de maneira organizada nas páginas da apresentação;
- 3º passo - Utiliza as ferramentas avançadas de tipografia do *InDesign* para criar títulos chamativos e inserir texto explicativo ao redor dos gráficos e imagens.

Considerando o fluxo de trabalho descrito, qual é a principal função do Adobe *InDesign* no contexto da criação da apresentação de *marketing*?

- (A) Editar e aprimorar as imagens dos produtos.
- (B) Isolar elementos específicos dos produtos usando máscaras de camada.
- (C) Posicionar visualmente os produtos e infográficos nas páginas da apresentação.
- (D) Corrigir cores e iluminação das fotos dos produtos.
- (E) Criar gráficos vetoriais para a apresentação.



19

Ao preparar um projeto gráfico para impressão, um *designer* utiliza o Adobe *Photoshop* para controlar áreas da imagem visíveis ou ocultas, permitindo ajustes não destrutivos e refinamentos detalhados em partes específicas da composição visual. Depois de concluir a etapa de edição das imagens no *Photoshop*, o *designer* decide compor o *layout* final do projeto no Adobe *InDesign*.

Assinale a alternativa que indica qual ferramenta do *Photoshop* ele provavelmente utilizou para definir quais áreas da imagem são visíveis ou ocultas, e qual recurso do *InDesign* ele deve usar para organizar visualmente os elementos, garantindo alinhamento preciso e distribuição equilibrada no documento, respectivamente.

- (A) Máscaras de Camada; Grade de *Layout*.
- (B) Pincel de Corte; Ferramenta de Corte e Refinamento.
- (C) Varinha Mágica; Painel de Camadas.
- (D) Ferramenta de Texto; Régua e Guias.
- (E) Ferramenta de Desfoque; Painel de *Links*.

20

Em um projeto de diagramação no Adobe *InDesign*, o analista de comunicação precisa criar um *flyer* que utiliza uma paleta de cores consistente e elementos gráficos personalizados. O analista de comunicação também deve editar algumas imagens no Adobe *Photoshop* antes de inseri-las no *flyer*. Considerando as funcionalidades desses dois *softwares*, qual das práticas a seguir é a mais recomendada para garantir um fluxo de trabalho eficiente e um resultado final de alta qualidade?

- (A) Criar todos os elementos gráficos diretamente no *InDesign*, pois ele possui todas as ferramentas necessárias para edição avançada de imagens.
- (B) Inserir as imagens brutas no *InDesign* e usar suas ferramentas básicas de edição de imagens para realizar ajustes, evitando o uso do *Photoshop* para otimizar o tempo de produção.
- (C) Evitar o uso de estilos e camadas no *InDesign* para simplificar o arquivo final, importando todas as imagens como arquivos JPEG para reduzir o tamanho do projeto.
- (D) Utilizar o *Photoshop* para editar e ajustar as imagens, aplicando filtros e correções de cor, e importar essas imagens finalizadas para o *InDesign*, mantendo as imagens no formato PSD para edição posterior, se necessário.
- (E) Utilizar apenas cores RGB em ambos os *softwares*, pois garantem maior vivacidade e precisão de cores na impressão final da revista.

21

A USP é uma instituição que procura atuar congregando suas missões, ciente de que ensino, pesquisa e extensão universitária costumam ser indissociáveis.

A esse respeito, considere as afirmações a seguir:

- I. O Hospital Universitário presta serviços à comunidade do entorno do campus do Butantã, serve como laboratório para pesquisas na área da saúde e social e como sala de aula para estudantes de diversos cursos da USP.
- II. A Escola de Aplicação disponibiliza vagas para estudantes da educação básica, permite a realização de estágios pelos alunos das licenciaturas da capital e pode servir como laboratório para docentes da área da educação.
- III. A Editora da USP é um importante mecanismo de extensão, com divulgação especializada das pesquisas realizadas na Universidade, porém não cumpre funções no ensino universitário pois não publica livros de natureza didática.

Estão corretas as afirmações contidas em:

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

22

Nos termos do artigo 4º do Estatuto da USP é possível afirmar que, na cidade de São Paulo, existe(m)

- (A) um único *campus*, pois a chamada USP Leste fica localizada no município de Guarulhos.
- (B) um único *campus*, que congrega a Cidade Universitária, o Quadrilátero Saúde/Direito, a Área Capital-Leste e órgãos espalhados por outras regiões da cidade.
- (C) dois *campi* que congregam, respectivamente, a Cidade Universitária e a Área Capital-Leste, de um lado e, de outro, o Quadrilátero Saúde/Direito e o Parque dos Museus Ibirapuera/Ipiranga/Região Central.
- (D) três *campi*, pois há três prefeituras, uma com competência para gerenciar administrativamente a Cidade Universitária, outra para o Quadrilátero Saúde/Direito e os Museus da região central e do Ibirapuera e a última para a Área Capital-Leste e Museus localizados no bairro do Ipiranga.
- (E) três *campi*, pois assim determinam os incisos I, I-A e I-B do art. 6º do Regimento Geral da USP.



23

Na USP, o órgão máximo das Unidades universitárias é o(a)

- (A) Diretor.
- (B) Congregação.
- (C) Conselho Técnico-Administrativo.
- (D) Assistente Técnico para Assuntos Acadêmicos.
- (E) Comissão de Pesquisa.

24

Acerca da eleição para escolha do Diretor de uma Unidade é correto o que se afirma em:

- (A) Faz-se pelo envio de uma lista tríplice ao Reitor.
- (B) Qualquer docente da Unidade pode se candidatar ao cargo.
- (C) Faz-se por intermédio de chapas, em que ao candidato a Diretor deve corresponder um candidato a Vice-Diretor.
- (D) Não se admite que um docente seja candidato a Diretor de uma Unidade que não a sua.
- (E) Deve respeitar a paridade de gênero, pelo que um Diretor deve suceder a uma Diretora e ser por outra Diretora sucedido.

25

O Diretor da Unidade onde você está lotado recebe um pleito dos estudantes para que ele autorize o uso de uma sala para debates com os candidatos à eleição municipal de 2024. Ele pede que você estude o tema, a partir das normas vigentes na USP, em especial o Código de Ética da Universidade, e sugira uma minuta de despacho que ele aporá ao pedido dos alunos.

Assinale a alternativa que indica o único despacho possível.

- (A) Nos termos do art. 3º, inc. II, do Código de Ética da USP, defiro o uso da Sala, desde que sejam convidados todos os candidatos à Prefeitura Municipal.
- (B) Nos termos do art. 3º, inc. II, do Código de Ética da USP, defiro o uso da Sala, desde que todos os candidatos à Prefeitura Municipal possam comparecer.
- (C) Nos termos do art. 3º, inc. II, do Código de Ética da USP, defiro o uso da Sala, desde que não sejam convidados os candidatos à Prefeitura Municipal de extrema direita, nem os de extrema esquerda, pois seus posicionamentos conflitam com os valores universitários.
- (D) Nos termos do art. 3º, inc. II, do Código de Ética da USP, defiro o uso da Sala, desde que sejam convidados apenas os candidatos à Prefeitura Municipal que são convidados para os debates televisivos, consoante as regras fixadas pela justiça eleitoral.
- (E) Nos termos do art. 3º, inc. II, do Código de Ética da USP, indefiro o uso da Sala, pois o tema não interessa à comunidade universitária.

26



Fonte: Folha de São Paulo

Com base na charge apresentada e em seus conhecimentos, assinale a alternativa correta.

- (A) A charge faz crítica a uma série de ocorrências de cancelamentos unilaterais de planos de saúde não lucrativos, comparando-as a uma sentença de morte.
- (B) O autor da charge faz um elogio à rapidez com que os planos de saúde têm adaptado suas ofertas às demandas dos clientes, oferecendo novos serviços constantemente.
- (C) O chargista foca sua crítica nas recentes denúncias de que, a despeito dos esforços dos planos de saúde em melhorar seus serviços, os corretores de seguro têm oferecido serviços defasados.
- (D) Ao aliar seguro-saúde e seguro-funerário, o chargista torna irrefutável que os cancelamentos unilaterais afetam apenas a população mais idosa.
- (E) A charge demonstra a preocupação das seguradoras de planos de saúde e de seus funcionários com o bem-estar de seus clientes.

27

No capítulo “Cartografias para depois do fim”, de *Futuro Ancestral*, Ailton Krenak afirma que “Os antigos diziam que quando a gente botava um mastro no chão para fazer nossos ritos, ele marcava o centro do mundo. É mágico que o centro possa estar em tantos lugares”.

O trecho remete à frase do antigo Reitor da USP, Miguel Reale, segundo a qual “No universo da cultura, o centro está em toda parte”. A frase de Miguel Reale está grafada

- (A) no brasão da Universidade.
- (B) na sede da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, em Piracicaba.
- (C) na entrada do Museu Paulista, no Ipiranga.
- (D) no salão principal do Museu do Café, em Ribeirão Preto.
- (E) no entorno da Torre do Relógio, no campus Butantã.



28



Fonte: Folha de São Paulo

A recente alta no preço do arroz, ocorrida no primeiro semestre de 2024, está relacionada

- (A) ao período de estiagem no sudeste asiático, que impediu a importação do produto.
- (B) à diminuição da oferta, decorrente da seca na região centro-oeste, considerada o celeiro brasileiro.
- (C) à diminuição da oferta, decorrente das inundações no principal estado produtor brasileiro.
- (D) às inundações no sul do continente americano, que tornaram o solo mais adequado à cultura do arroz.
- (E) ao aumento da procura, como consequência da fome no país e ao alto valor nutricional do produto, especialmente em vitaminas C e D.

29

No Epílogo de *Pacto da Branquitude*, Cida Bento afirma que “ao inserir o tema da equidade no interior das organizações públicas ou privadas, sempre encontramos lideranças que já vinham sentindo um mal-estar por trabalhar em ‘bolhas brancas’ numa sociedade marcada pela diversidade cultural, religiosa, de gêneros, raças, etnias. E querem mudanças. Mas essas instituições têm também chefias que querem a permanência de um sistema que as beneficia, bem como a seus iguais. A tensão é sempre instalada, e o debate, bem como o esforço para a definição de programas de equidade e de ações afirmativas com metas a serem alcançadas, vai acontecendo.”

Com base na leitura do texto, é possível afirmar que

- (A) as lideranças incomodadas com a existência das “bolhas brancas” querem, no fundo, manter seus privilégios e procuram dificultar o atingimento das metas impostas.
- (B) a “diversidade cultural, religiosa, de gêneros, raças, etnias” existente nas organizações pode ser minorada pelo estabelecimento de metas estratégicas que reconheçam e fomentem essa diversidade.
- (C) as chefias que pretendem “a permanência de um sistema que as beneficia, bem como a seus iguais” são aquelas que ascenderam a suas atuais funções, beneficiadas pelas metas de inclusão.
- (D) “ações afirmativas com metas a serem alcançadas” se referem a programas tendentes ao atingimento de certos objetivos, sem que haja a necessidade de fixação de cotas.

- (E) a tensão a que a autora se refere é estabelecida exclusivamente entre membros de grupos minoritários e membros da chamada “bolha branca”.

30

No capítulo “Fantasmas Digitais”, de *No enxame*, Byung Chul-Han afirma que “A comunicação digital toma não apenas forma espectral, mas também viral.”

Com base na leitura do texto, é possível afirmar que espectral e viral se referem, respectivamente, à

- (A) virtualidade da comunicação entre os sujeitos e à distância que a eles se impõe.
- (B) forma depressiva pela qual as pessoas se comunicam e às doenças de cunho psíquico desencadeadas por esse processo.
- (C) forma violenta da comunicação moderna e às mazelas de natureza patológica que assolam o mundo contemporâneo.
- (D) virtualidade da comunicação entre os sujeitos e às doenças de cunho psíquico desencadeadas por esse processo.
- (E) não presencialidade entre quem se comunica e à velocidade de disseminação da mensagem.

31

Em sua obra “O Livro no Brasil: sua história”, Laurence Hallewell fala muito sobre a história do mercado editorial, especialmente no contexto nacional. Assinale a alternativa que relaciona corretamente a instalação da prensa tipográfica no Brasil com o contexto editorial da época, conforme discutido no livro referido.

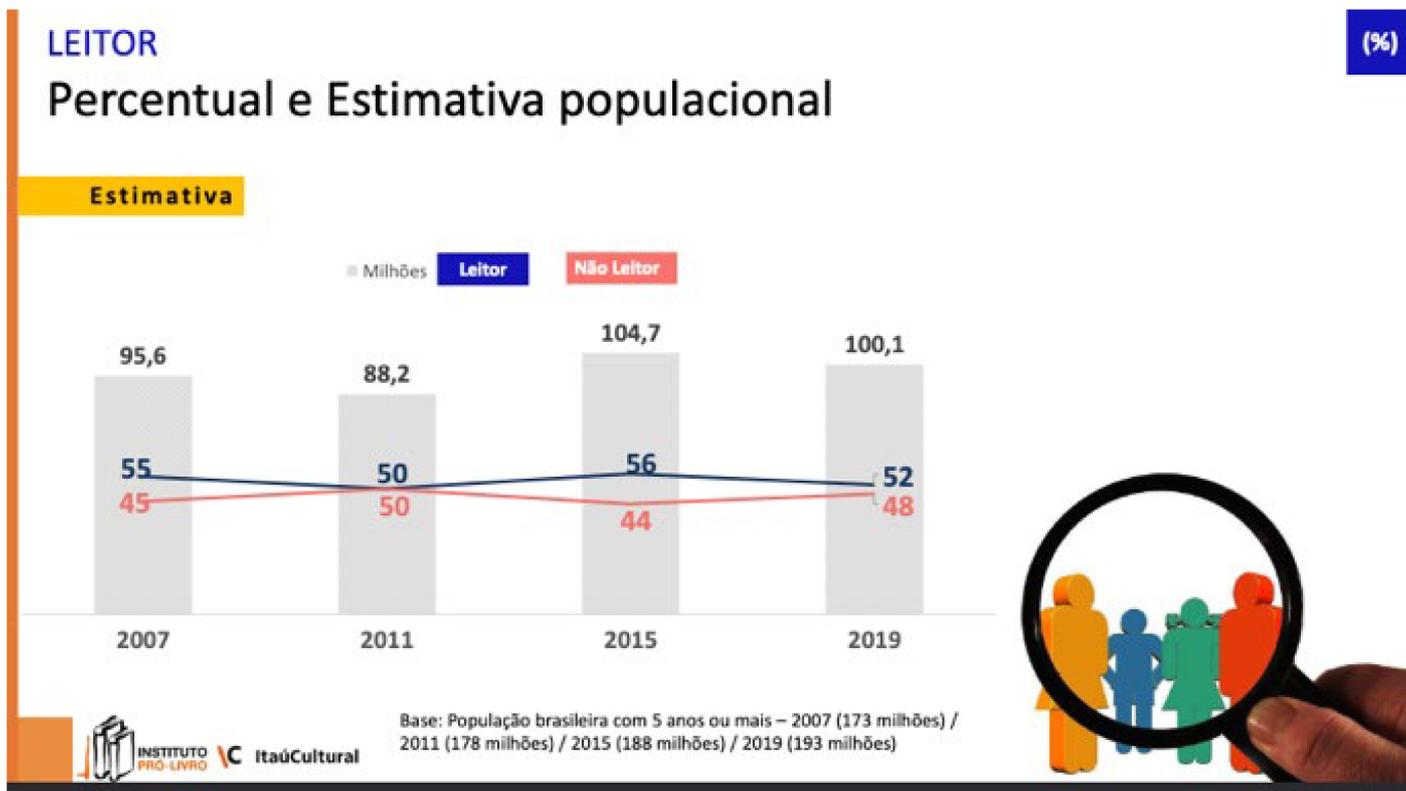
- (A) A prensa tipográfica foi introduzida no Brasil pelos portugueses no século XVI para disseminar literatura religiosa entre os colonos.
- (B) A instalação da prensa tipográfica pelos holandeses visava principalmente a produção de jornais diários para informar a população local sobre eventos políticos.
- (C) A necessidade de imprimir ordens oficiais e documentos administrativos foi a principal razão para os holandeses solicitarem uma prensa tipográfica durante sua ocupação do Nordeste brasileiro.
- (D) A prensa tipográfica foi introduzida no Brasil para apoiar as campanhas militares portuguesas contra as invasões estrangeiras.
- (E) A prensa tipográfica foi estabelecida no Brasil para fomentar a produção de livros didáticos e promover a educação entre a população indígena.



32

A edição de 2020 do relatório “Retratos da Leitura no Brasil”, com informações referentes a 2019, define “leitor” como “aquele que leu, inteiro ou em partes, pelo menos 1 livro nos últimos 3 meses”. Não leitor, por outro lado, é o indivíduo “que declarou não ter lido nenhum livro nos últimos 3 meses, mesmo que tenha lido nos últimos 12 meses”.

O relatório apresenta uma série de dados relevantes sobre o perfil dos leitores brasileiros (e, em contraste, dos não leitores), como disposto no gráfico:



Qual das alternativas a seguir está correta em relação ao perfil dos leitores brasileiros na comparação entre 2015 e 2019, com base nos dados da edição de 2020 do “Retratos da Leitura no Brasil”?

- (A) No período mencionado, houve um aumento proporcional da quantidade de leitores de classe econômica A, evidenciando a concentração de leitores nesta faixa de renda.
- (B) O número de leitores com Ensino Superior foi reduzido entre 2015 e 2019. Apesar disso, em termos de escolaridade, esta permanece como a faixa que concentra, proporcionalmente, mais leitores.
- (C) A proporção de leitores com renda familiar de até um salário mínimo, em contraste com a quantidade geral, vem crescendo no período referido.
- (D) A quantidade proporcional de leitores no Ensino Médio aumentou significativamente durante o período referido, indicando o crescimento do hábito de leitura entre os jovens.
- (E) No período, houve um aumento proporcional significativo de leitores que não estão estudando, evidenciando que a escola não é o ambiente mais adequado para a criação do hábito da leitura.



33

Leia atentamente o trecho adaptado da obra *A Economia da Cadeia Produtiva do Livro*, de Fabio Earp e Geroge Kornis.

(...) o surgimento da impressão digitalizada (pressuposto para a impressão por encomenda) não implica apenas um aumento da eficiência, mas incide profundamente sobre a relação entre demanda e oferta de produtos editoriais (e não apenas estes) destinados à impressão. Trata-se, de fato, do elo que faltava para que a produção editorial e a distribuição de livros possam migrar, embora radicalmente transformadas, para o espaço do mercado eletrônico, passando a oferecer sempre e em qualquer situação um produto acabado em um formato, como o impresso que, contrariamente ao formato e-book, tem uma demanda certa e de proporções economicamente relevantes.

O exemplar de uma edição pode ser produzido e consignado ao cliente final em seu tradicional formato impresso, em casa ou por meio de uma livraria, biblioteca, escola, universidade ou estabelecimento de serviços de impressão, a partir de um arquivo digital transmitido via rede.

Em relação à impressão digital, conforme o texto de referência apresentado, assinale a alternativa correta.

- (A) A impressão digital não permite a produção *just-in-time*, pois depende de grandes tiragens para ser eficiente.
- (B) A impressão digital desenvolve-se especialmente a partir dos anos 2000, limitando a quantidade de cópias impressas a quantidades mínimas definidas contratualmente.
- (C) Durante a década de 1990, a tecnologia de impressão digital avançou lentamente devido à falta de pesquisa das principais empresas do mercado editorial.
- (D) Uma marca da impressão digital é a possibilidade de produzir as cópias requeridas *just-in-time*, mediante a obtenção do texto impresso por meio de escaneamento ou arquivo digital.
- (E) A tecnologia de impressão digital avançou rapidamente na década de 1990, com empresas latino-americanas sendo pioneiras na impressão em cores.

34

No livro "Mercadores de Cultura", John B. Thompson apresenta o conceito de "Campos Editoriais" para caracterizar o universo da publicação de livros como um campo social com suas próprias normas, práticas e relações de poder. Esse campo inclui diversos participantes, como autores, editores, livreiros e leitores, que interagem em um mercado dinâmico e em constante mudança.

Thompson enfatiza a importância da relação entre os campos editoriais e os canais de venda. Ele ressalta que livrarias físicas e online, além de feiras comerciais e universitárias e eventos literários, são elementos fundamentais na estrutura do mercado editorial. As livrarias físicas proporcionam um espaço tradicional para a interação entre livros e leitores, enquanto as livrarias virtuais aumentam o alcance dos livros, permitindo um acesso global e imediato.

Assinale a alternativa correta em relação aos "Campos Editoriais", conforme a obra de referência.

- (A) Os "Campos Editoriais" são principalmente moldados por forças culturais e econômicas. A tecnologia não os influencia diretamente, surgindo reativamente às demandas sociais.
- (B) Eventos literários, como festivais e sessões de autógrafos, criam oportunidades para interação direta entre autores e leitores, com o objetivo de promover vendas diretas.
- (C) Diferentemente de outros campos, no editorial os participantes costumam cooperar para alcançar objetivos comuns, o que reduz a competição.
- (D) Feiras comerciais e universitárias funcionam como plataformas para a promoção de relacionamento entre profissionais, uma vez que este é um campo que trabalha muito com o prestígio cultural em detrimento do sucesso econômico.
- (E) A ascensão do digital alterou significativamente a produção, a distribuição e o consumo de livros nos "Campos Editoriais".

35

Leia o trecho a seguir, adaptado do livro "Paratextos Editoriais", de Gérard Genette.

"A obra literária consiste, exaustiva ou essencialmente, num texto, isto é, numa sequência mais ou menos longa de enunciados verbais mais ou menos cheios de significação. Contudo, esse texto raramente se apresenta em estado nu, sem o reforço e o acompanhamento de certo número de produções, verbais ou não, como um nome de autor, um título, um prefácio, ilustrações, que nunca sabemos se devemos ou não considerar parte dele, mas que em todo caso o cercam e o prolongam, exatamente para apresentá-lo, no sentido habitual do verbo, mas também em seu sentido mais forte: para torná-lo presente, para garantir sua presença no mundo, sua "recepção" e seu consumo, sob a forma, pelo menos hoje, de um livro. Esse acompanhamento, de extensão e conduta variáveis, constitui o paratexto da obra, conforme o sentido às vezes ambíguo desse prefixo em francês: veja adjetivos como "parafiscal" ou "paramilitar". Assim, para nós, o paratexto é aquilo por meio de que um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e de maneira mais geral ao público."

Sobre o prefácio, de acordo com a definição de Genette na obra referida, assinale a alternativa correta.

- (A) Todos os prefácios desempenham a mesma função, apesar de certa variação de estrutura.
- (B) Existem seis tipos fundamentais de prefácio, determinados pelo tipo de destinatário, lugar e momento.
- (C) O prefácio autoral original é aquele escrito pelo autor do livro e necessariamente anterior à publicação.
- (D) Os prefácios ficcionais são agrupados em uma categoria separada dos outros tipos de prefácio.
- (E) As definições prefaciais são categorizadas rigorosamente e o autor orienta a não as transgredir.



36

Em sua obra “Editoras Universitárias: deságios contemporâneos”, Rita Virgínia Argollo e Fávia Goulart Rosa questionam sobre uma possível “informalização” da edição de livros no Brasil, considerando o período entre 2013 e 2019. Sobre este fenômeno, é correto afirmar:

- (A) Entre 2013 e 2019, foi identificada uma redução proporcional da participação das editoras comerciais na composição da produção editorial brasileira.
- (B) No período referido, houve um crescimento proporcional significativo da participação das editoras universitárias na composição da produção editorial brasileira.
- (C) No período referido, houve uma redução proporcional da emissão de ISBNs em favor dos autores-editores no mercado editorial nacional.
- (D) O grupo de editoras reconhecidas como “entidades privadas não editoriais” teve uma redução proporcional significativa na produção editorial brasileira.
- (E) Entre 2013 e 2019, as editoras comerciais brasileiras perderam a primazia sobre os demais tipos de editoras.

37

Leia o trecho a seguir, extraído de entrevista de Maurício Sita, da Literare Books, para a *Publishnews*.

“Em novembro de 2023 lançamos quatro livros no Japão com a presença dos autores que realizaram palestras e sessões de autógrafos. Isso se repetirá neste ano. Retomando o tema das previsões, acho que após a turbulência no varejo de livros nos últimos anos com a quebra em definitivo de grandes redes, a percepção é de que o mercado se estabilizou e está em expansão. O crescimento da rede Leitura é a grande notícia a ser comemorada. Outras redes menores também estão estáveis e com tendência a crescerem.

(...) A realização da Bienal do Livro em São Paulo também estimula o mercado, não apenas pelo evento em si, mas pelo fato do livro virar a bola da vez na imprensa e na mente das pessoas.

Acredito também que os “tiktokers”, “influencers” e “booktubers” ajudarão cada vez mais a estimular a leitura e a criar novos leitores.

Por tudo isso apostamos que nosso mercado continuará surpreendendo! “

Executivos das principais editoras do país apontam as tendências do mercado editorial em 2024. Publishnews.

[<https://www.publishnews.com.br/materias/2024/01/17/executivos-das-principais-editoras-do-pais-apontam-as-tendencias-do-mercado-editorial-em-2024>]

Com base no contexto elaborado pelo executivo, assinale a alternativa que apresenta corretamente elementos discutidos por Kotler, Kartajaya e Setiawan em seu livro “Marketing 4.0”.

- (A) Apesar de as redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas desempenharem um papel muito relevante na sociabilidade contemporânea, eles não apresentam a complexidade necessária para atuação como ferramentas de marketing do mercado editorial.

- (B) Os relacionamentos nas redes sociais geralmente começam de maneira anônima e sem confiança mútua entre os indivíduos, daí a falta de credibilidade que orienta as relações entre sujeitos nestas plataformas.
- (C) A conexão inicial entre dois indivíduos nas redes sociais reflete o individualismo contemporâneo, diante da impossibilidade do estabelecimento de conexões reais “de muitos para muitos”.
- (D) Comunidades on-line baseadas em redes sociais crescem lentamente e não têm impacto significativo no mercado editorial, especialmente pela falta de interesse pelos livros, que marca o nosso tempo.
- (E) As relações de um para um nas redes sociais podem levar a um crescimento exponencial de comunidades on-line, uma vez que a conexão inicial levará a um vínculo entre as redes independentes dos dois indivíduos, criando uma conexão de muitos para muitos.

38

A introdução da mobilidade, especialmente por meio dos smartphones, permitindo que as interações nas redes sociais sejam em tempo real e em qualquer lugar, tem incentivado também, sensivelmente, a participação nas redes sociais digitais *online*. Segundo pesquisas da fabricante de navegadores Opera sobre o uso *mobile* de redes sociais, estamos presenciando uma explosão de acessos [...]. Outro estudo feito pela *Forrester Research* aponta o acesso a redes sociais via dispositivos móveis como tendência crescente e que “os telefones celulares se tornarão gradativamente a cola que gruda o gráfico social, oferecendo ferramentas criativas, imediatidade, presença, localização e contexto quando interagem com o mundo real”.

GABRIEL e KISO, 2020.

Hoje, é possível afirmar que as tendências identificadas por Martha Gabriel e Rafael Kiso em seu livro “Marketing na Era Digital” se confirmaram. Os autores dedicam parte da obra à discussão das redes sociais digitais, sobre as quais é correto afirmar, de acordo com a obra de referência, que

- (A) a essência das redes sociais reside nas tecnologias avançadas, sendo a comunicação apenas um produto derivado do desenvolvimento tecnológico.
- (B) as redes sociais modernas são fundamentalmente diferentes das estruturas sociais da antiguidade, pois dependem exclusivamente de tecnologias contemporâneas de comunicação e informação.
- (C) a evolução das redes sociais se deve primariamente à inovação tecnológica, com pouca influência dos aspectos humanos de comunicação e relacionamento.
- (D) a evolução das tecnologias de comunicação e informação tem ampliado e complexificado as redes sociais, mas o fundamento destas redes permanece centrado na interação humana e no relacionamento entre pessoas.
- (E) redes sociais e tecnologias de comunicação são conceitos intercambiáveis, uma vez que ambas se referem essencialmente à mesma coisa.



39

Chris Anderson, em "A Cauda Longa", argumenta que a economia digital transformou a dinâmica do mercado, ao permitir que uma vasta gama de produtos de nicho encontre seus públicos. Essa transformação se aplica diretamente ao mercado editorial de várias maneiras.

Em relação ao contexto específico referido, é correto afirmar:

- (A) Plataformas como *Kindle Direct Publishing* permitem que autores independentes publiquem e vendam seus livros ao consumidor com o intermédio de grandes varejistas, aumentando a diversidade de títulos disponíveis.
- (B) Algoritmos de recomendação em plataformas como *Amazon* e *Goodreads* ajudam a conectar leitores a livros de nicho que correspondem aos seus interesses específicos, promovendo vendas de títulos menos populares e colaborando para esforços de dos editores.
- (C) A impressão sob demanda e os *e-books* aumentaram os custos de produção e estoque, permitindo que editoras e autores publiquem livros que atendem a públicos menores sem o risco financeiro associado à impressão em grande escala.
- (D) Consumidores atualmente valorizam conteúdo que seja relevante para seus interesses em relação ao *mainstream* e estão dispostos a buscar e consumir livros consolidados e que tenham sucesso no mercado editorial.
- (E) Há um aumento na demanda por diversidade de gêneros e temas, incluindo representações mais restritas e universalizantes de culturas, identidades e experiências.

40

Em seu livro *Administração de Marketing*, Philip Kotler pontua que o mercado não é mais o que costumava ser. O autor defende que vivemos uma realidade drasticamente diferente, marcada por forças sociais importantes que são, em muitos casos, interligadas e criam comportamentos, oportunidades e desafios no mundo do marketing. Ele define "novas competências organizacionais" que ajudam as empresas a lidar com as questões corporativas contemporâneas. Assinale a alternativa que descreve corretamente uma delas.

- (A) As empresas podem melhorar sua eficiência em termos de custos ao fazer bom uso da internet. Compradores corporativos podem economizar substancialmente ao fazerem uso da internet para comparar preços de fornecedores e adquirir materiais em leilões, ou postar suas próprias condições em leilões reversos, possibilidade que ainda não é acessível ao consumidor final.
- (B) As empresas podem facilitar e acelerar a comunicação interna entre seus funcionários usando a internet como uma intranet privada. Os funcionários podem consultar uns aos outros, pedir conselhos e baixar (ou carregar) informações necessárias do computador central da empresa, que torna os dados acessíveis publicamente para todos na *World Wide Web*.

- (C) As empresas podem enviar material promocional, cupons, amostras e informações a clientes que os requisitaram ou que autorizaram a empresa a enviá-los. O marketing de microssegmentação e a comunicação bidirecional estão mais acessíveis graças à proliferação de revistas, canais de TV e notícias na internet segmentados por interesses.
- (D) As empresas podem explorar as mídias sociais para amplificar a mensagem de sua marca, alimentando os consumidores com informações e atualizações por meio de postagens em blogs e outros tipos de conteúdos. Após experiências como a conta *@DellOutlet* no *Twitter*, a tendência é que as corporações "desinstitucionalizem" suas contas nas redes sociais para evitar crises.
- (E) Graças aos avanços em customização industrial, tecnologia da computação e *software* de *database marketing*, os consumidores podem comprar doces M&M, frascos de Tabasco ou garrafas de uísque com seus nomes impressos neles, uma estratégia que pode ser direcionada a qualquer consumidor, com baixo custo e em larga escala.

41

No livro "Marketing 4.0" de Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan, a transição do *marketing* tradicional para o digital é abordada com profundidade, destacando como as mídias sociais, *websites* e vídeos transformaram a comunicação e divulgação no ambiente digital. De acordo com a obra de referência, qual das seguintes estratégias é recomendada para uma comunicação eficaz em ambientes digitais (mídias sociais, websites, vídeo)?

- (A) Criar conteúdo que incentive o engajamento e a participação ativa dos consumidores nas mídias sociais.
- (B) Focar na promoção de produtos e vendas diretas, compreendendo que a criação de valor para o consumidor é uma consequência.
- (C) Entender a relevância de campanhas em mídias sociais, que assumiram lugar de destaque e pouco conectado às estratégias off-line.
- (D) Desenvolver *websites* considerando o predominante acesso via computadores em mercados como o Brasil.
- (E) Utilizar conteúdos generalistas distribuídos sob a lógica de "um para muitos", estabelecendo uma conexão emocional com o público-alvo.



42

“Nesta era de transição, uma nova abordagem de marketing é necessária. Assim, apresentamos *Marketing 4.0* como o desdobramento natural de *Marketing 3.0*. A grande premissa deste livro é que o marketing deve se adaptar à natureza mutável dos caminhos do consumidor na economia digital. O papel dos profissionais de marketing é guiar os clientes por sua jornada desde o estágio de assimilação até se tornarem advogados (defensores ou embaixadores) da marca.”

KOTLER, KARTAJAYA e SETIAWAN, *Marketing 4.0*, 2017.

De acordo a obra referenciada, qual é a importância da análise de *big data* na personalização de produtos e serviços na economia digital?

- (A) A análise de *big data* permite a coleta de grandes volumes de dados, atuando de maneira apartada da criação de *insights* acionáveis para a personalização de produtos e serviços.
- (B) *Big data* é utilizado principalmente para monitorar tendências de mercado, providenciando autonomamente a personalização de produtos e serviços para os consumidores.
- (C) A personalização de produtos e serviços por meio da análise de *big data* é limitada a setores específicos, como o varejo e a tecnologia, não sendo amplamente aplicável a outros setores da economia.
- (D) A análise de *big data* é essencial para transformar os consumidores em advogados da marca, pois permite a personalização contínua e a melhoria dos serviços, aumentando a satisfação e a lealdade do cliente.
- (E) *Big data* é utilizado principalmente para campanhas publicitárias de massa, calculando potenciais de abrangência e universalização dos resultados.

43

“A busca não é algo novo, visto que o ser humano busca desde sempre. No entanto, a forma de buscar a sua difusão no cotidiano das pessoas mudou muito. Se na pré-história o ser humano buscava caçar por meio de instintos e usando ferramentas de pedra e metal, hoje buscamos praticamente qualquer coisa em tempo real. O objetivo desde capítulo é discutir a importância que a busca tem adquirido no cenário atual, o quanto influencia o mercado, e apresentar as plataformas digitais de busca que podem ser usadas estrategicamente pelo *marketing*.”

GABRIEL e KISO, 2020.

No trecho, os autores se referem ao uso estratégico de buscadores da *internet*. Neste cenário, o SEO (*Search Engine Optimization*) se destaca. Entre as afirmações a seguir sobre SEO, qual está correta em relação a sua aplicação e impacto no posicionamento de um site em mecanismos de busca?

- (A) SEO é uma técnica direcionada para aumentar o número de cliques em anúncios, direcionando especialmente o tráfego pago para o site.

- (B) A otimização de SEO foca principalmente em melhorar a estética visual do site, como a paleta de cores e o design gráfico, para atrair mais visitantes, independentemente do conteúdo.
- (C) SEO utiliza um conjunto de técnicas e estratégias de otimização de conteúdo, palavras-chave e estrutura do site para melhorar seu posicionamento orgânico em buscadores, tornando o site uma autoridade digital em determinado assunto e aumentando a confiança do público.
- (D) O principal objetivo do SEO é garantir que todos os links em um site sejam "nofollow", para evitar penalizações dos mecanismos de busca e assegurar que o conteúdo seja considerado confiável e de alta qualidade.
- (E) As práticas de SEO em buscadores como o Google são muito fortes nas redes sociais, visto que estes ambientes são o principal meio de um bom ranqueamento de páginas.

44

Como forma de contextualizar a evolução histórica das editoras universitárias acadêmicas no Brasil, Bufrem (2015) propõe uma crítica construtiva voltada para a reformulação das práticas dessas instituições. Reconhecendo-as como canais de disseminação da produção intelectual das universidades, a autora realiza uma análise diacrônica da conjuntura em que essas editoras foram estabelecidas e se consolidaram, destacando as características, os processos e as demandas que as impulsionaram ao longo do tempo.

Levando em conta a obra referenciada no contexto apresentado, assinale a alternativa que melhor descreve o desenvolvimento das editoras acadêmicas brasileiras.

- (A) As editoras acadêmicas no Brasil, de modo geral, surgiram sem diretrizes claras e sem conselhos editoriais que validassem suas publicações. Gradualmente, passaram a ser incentivadas por um movimento acadêmico que promovia uma reflexão crítica sobre suas práticas, buscando ampliar seu impacto cultural.
- (B) As editoras acadêmicas no Brasil foram criadas com diretrizes bem definidas desde o início e com conselhos editoriais robustos que validavam suas publicações. Esse forte começo facilitou seu reconhecimento no meio acadêmico.
- (C) As editoras acadêmicas no Brasil sempre tiveram um impacto cultural significativo, devido à existência de linhas editoriais bem estruturadas e a um amplo suporte das instituições de ensino desde o seu estabelecimento.
- (D) O desenvolvimento das editoras acadêmicas no Brasil foi impulsionado principalmente por políticas governamentais, sem influências significativas de movimentos acadêmicos ou reflexões críticas sobre suas práticas.
- (E) Desde o seu início, as editoras acadêmicas brasileiras operaram com uma visão clara e um planejamento estratégico rigoroso, garantindo a validação de suas publicações na sociedade em geral e uma rápida expansão cultural.



45

Com o passar do tempo, a *Amazon* tem reduzido cada vez mais a intervenção humana em seus processos. Inicialmente, a empresa contava com redatores para escrever resenhas dos livros em seu catálogo; agora, não há mais esse tipo de mediação, nem mesmo no processo de formatação e publicação de livros autoeditados.

A cadeia de distribuição da empresa foi automatizada, refletindo sua visão de incentivar os consumidores a adotarem comportamentos semelhantes. Carrión (2020) expressa forte oposição às automações que estão moldando a produção editorial da *Amazon*, argumentando que isso afeta negativamente a experiência de consumo literário. Ele critica a empresa por promover o trabalho robótico de seus funcionários. Apesar disso, em sua obra, o autor reconhece que, de certa forma, todos nós nos tornamos ciborgues.

O que sustenta a afirmação do escritor espanhol apresentada no livro “Contra Amazon e Outros Ensaio sobre a Humanidade dos Livros”?

- (A) Carrión argumenta que a automação da *Amazon* consolidou uma desumanização da sociedade, transformando todos em máquinas sem emoções ou individualidade, ou seja, ciborgues.
- (B) Carrión destaca que a *Amazon* está promovendo uma visão distópica do futuro, na qual a tecnologia domina completamente nossas vidas e nos transforma em ciborgues sem livre-arbítrio.
- (C) Carrión defende a ideia de que a tecnologia está tornando os humanos ciborgues irrelevantes na era digital.
- (D) Carrión sugere que a automação da *Amazon* é apenas o começo de um processo que eventualmente levará à completa substituição da humanidade por máquinas, transformando-nos em meros espectadores de nosso próprio destino. Eis a definição de ciborgue do autor.
- (E) Carrón acredita que todos temos traços ciborgues devido ao fato de carregarmos implantes, de dependermos de próteses, como nossos celulares. Ele argumenta que, apesar de sermos bastante humanos e um pouco máquinas, de modo geral tendemos a rejeitar a robotização da humanidade.

46

Leia atentamente o trecho a seguir, extraído da obra “O Aparecimento do Livro”, de Lucien Febvre e Henri-Jean Martin.

“Desde as suas origens, a imprensa apareceu como uma indústria regida pelas mesmas leis que as outras indústrias e o livro como uma mercadoria que os homens fabricavam antes de tudo para ganhar o pão – mesmo quando, como os Aldos e os Estienne, eram tipógrafos humanistas e eruditos, ao mesmo tempo. Era-lhes necessário, pois, primeiramente, achar capitais para poderem trabalhar e imprimir livros susceptíveis de satisfazer a sua clientela, e isso a preços capazes de sustentar a concorrência. O mercado do livro

sempre foi semelhante a todos os outros mercados. Problemas de preço e financiamento colocavam-se aos industriais que fabricavam o livro, aos tipógrafos e aos comerciantes que os vendiam, ou seja, os livreiros e os editores.”

Sobre o problema histórico do financiamento no mercado editorial, é correto, de acordo com a obra referida, afirmar:

- (A) Ao longo dos séculos, os impressores têm conseguido superar o problema da obtenção de capitais necessários para investimento em suas produções, garantindo a estabilidade financeira do mercado tipográfico.
- (B) Os mestres de Basileia, desde o século XV, raramente precisavam recorrer a empréstimos para financiar suas edições, uma vez que possuíam reservas financeiras suficientes para cobrir os custos de produção.
- (C) Os punções e as matrizes fabricados pelos mestres de Basileia eram frequentemente perdidos não devido a empreendimentos malsucedidos, mas sim devido a desastres naturais ou roubos.
- (D) A falta crônica de dinheiro dos tipógrafos é um fenômeno recente que surgiu apenas nos últimos séculos devido ao aumento dos custos de produção e à concorrência no mercado editorial.
- (E) Desde o século XV, os mestres de Basileia frequentemente recorriam a empréstimos, o que muitas vezes resultava em empreendimentos frustrados e na perda de seu material de trabalho.

47

A obra “A Cauda Longa” de Chris Anderson explora como a internet e as novas tecnologias transformaram os mercados, permitindo que produtos e serviços com várias especificidades chegassem a seus públicos. Levando em conta a obra de referência, qual das alternativas a seguir exemplifica corretamente a aplicação do conceito “cauda longa” no *marketing* em ambiente digital?

- (A) Uma empresa de eletrônicos lança uma campanha publicitária massiva para promover seu novo smartphone top de linha em todas as principais redes sociais.
- (B) Uma editora investe pesadamente em anúncios nas redes sociais para promover um best-seller, esperando atingir um grande público.
- (C) Uma marca de roupas usa as redes sociais para promover suas peças de vestuário mais vendidas, focando em alcançar um público amplo.
- (D) Uma loja *online* de artesanato utiliza as redes sociais para promover produtos artesanais personalizados, visando pequenos grupos de entusiastas em diferentes nichos.
- (E) Uma empresa de cosméticos lança uma linha de produtos exclusiva, focando em poucas opções altamente populares e promovendo-as amplamente nas redes sociais.



48

Observe o trecho a seguir, extraído da obra “Edusp: Um Projeto Editorial”, de Plínio Martins Filho e Marcello Rollemberg.

“A universidade não é uma empresa editorial. Ela deve antes ser uma instituição em que a atividade editorial é uma entre as diversas atividades que desenvolve. Assim, ela não deve se dedicar – em princípio – à busca de autores, mas a estimular e promover o trabalho daqueles que integram a sua comunidade.”

De acordo com a obra de referência, assinale a alternativa que elabora corretamente o principal objetivo das atividades editoriais universitárias.

- (A) O livro universitário deve ser primariamente uma fonte de prestígio acadêmico para a instituição, refletindo a excelência do trabalho dos professores e pesquisadores.
- (B) No caso da Edusp particularmente, é desnecessário que suas publicações passem por avaliações externas, devido ao seu histórico e ao prestígio da instituição.
- (C) O livro universitário deve ser prioritariamente um meio de gerar receita, para em seguida ser uma forma de incremento da imagem institucional.
- (D) A reputação das publicações da instituição é secundária, já que não reflete diretamente a qualidade do trabalho dos professores e pesquisadores de uma universidade.
- (E) O crédito ou descrédito de um livro universitário é determinado pelo autor individualmente, pois, se a obra tem qualidade, a instituição que a avalizou é irrelevante.

49

No livro “Editoras Universitárias: desafios contemporâneos”, de Rita Virginia Argollo e Flávia Goulart Rosa, são abordadas as transformações e os desafios enfrentados pelas editoras universitárias no contexto atual. Um dos temas centrais é o impacto dos *ebooks* no mercado editorial, discutindo como as editoras acadêmicas podem se adaptar e prosperar com as novas tecnologias e formatos digitais. Este tópico é crucial para entender as mudanças nas práticas de publicação e distribuição de conteúdos acadêmicos.

Qual das alternativas a seguir melhor representa um dos desafios enfrentados pelas editoras universitárias no mercado de *ebooks*, conforme discutido na obra de Rita Virginia Argollo e Flávia Goulart Rosa?

- (A) A incapacidade de competir com editoras comerciais na impressão de livros físicos de alta qualidade.
- (B) As questões de direitos autorais e licenciamento de conteúdos digitais, que são mais complexas do que para livros impressos.
- (C) A falta de demanda dos leitores por conteúdos digitais e preferência contínua pelos livros impressos.

- (D) As dificuldades em encontrar autores dispostos a publicar seus trabalhos em formato digital.
- (E) Os altos custos associados à produção de *ebooks* comparados aos livros impressos tradicionais.

50

De uma perspectiva privilegiada, Lindsay Waters, em seu livro “Inimigos da Esperança: publicar, perecer e o eclipse da erudição”, revisita o fenômeno da produção editorial em larga escala, que tem crescido constantemente desde meados do século XX. Esse aumento é resultado das demandas estabelecidas pelas instituições acadêmicas e, principalmente, pelas agências de financiamento, que passaram a priorizar a quantidade de produção como critério para avaliar o desempenho dos profissionais envolvidos na produção de conhecimento.

Nos Estados Unidos, a produção acadêmica tornou-se rapidamente um critério importante para avaliar os pesquisadores, sendo essencial para promoções ou à manutenção de seus empregos. No contexto brasileiro, a publicação de trabalhos acadêmicos ganhou destaque, especialmente nos programas de pós-graduação, que, sujeitos às exigências da CAPES, implementam medidas junto ao corpo docente. O mesmo se aplica a agências como o CNPq, que são responsáveis pela concessão de bolsas e outros tipos de apoio à pesquisa.

O autor fala sobre um “mal-estar” que se espalha entre os intelectuais referente à produção acadêmica. Sobre isso, é correto afirmar:

- (A) Tem origem na falta de interesse das agências de fomento em promover a produção intelectual, resultando em uma estagnação no cenário acadêmico.
- (B) Refere-se à falta de recursos financeiros destinados à pesquisa, que limita a capacidade dos intelectuais de produzir conteúdo relevante.
- (C) É causado pela falta de reconhecimento internacional da produção acadêmica, levando à desmotivação dos intelectuais.
- (D) Origina-se no frenesi que motiva a produção editorial acadêmica, que cresceu na mesma proporção em que se manteve desconhecida.
- (E) Decorre da baixa qualidade da produção intelectual, o que gera desconfiança e descontentamento entre os acadêmicos.



51

A colocação do livro junto ao agente que vai entregá-lo ao consumidor final é uma operação de logística que pode ser feita de diferentes maneiras: diretamente pelo departamento comercial das editoras, por meio de um representante comercial ou de um vendedor praticista independente, por uma distribuidora integrada à livraria, por um atacadista de livros ou ainda por uma distribuidora independente. A opção vai depender do tipo do produto, do tamanho da praça, do porte da editora e do porte da livraria.

De acordo com a obra "A Economia da Cadeia Produtiva do Livro", que analisou o mercado editorial entre os anos 1990 e 2000, de Fabio Sá Earp e George Kornis, como ocorria, então, prioritariamente a distribuição de livros físicos no Brasil?

- (A) A maioria dos livros no Brasil é distribuída por meio de vendas diretas das editoras a livrarias, com pouca relevância de vendas ao governo para o mercado editorial contemporâneo.
- (B) As empresas distribuidoras desempenham um papel secundário na distribuição de livros no Brasil, sendo a principal forma de distribuição as vendas diretas das editoras às livrarias.
- (C) A distribuição de livros no Brasil é feita, sobretudo, por meio das vendas diretas das editoras – principalmente para o governo e, em seguida, às livrarias.
- (D) Com o fim do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), a venda direta ao governo tornou-se a forma menos expressiva de distribuição de livros no Brasil, com a maior parte sendo realizada por meio de empresas distribuidoras.
- (E) Formas de distribuição como vendas diretas a consumidores finais e feiras de livros, sem intermédio das distribuidoras, representam a principal forma de distribuição de livros no Brasil.

52

No livro "Paratextos Editoriais", Gérard Genette examina os elementos que cercam o texto principal de uma obra literária, conhecidos como paratextos. Entre esses elementos, os epitextos, de acordo com o autor, desempenham um papel crucial na construção do significado e na recepção da obra pelo público. Qual das alternativas a seguir melhor exemplifica um epitexto editorial, conforme definido por Gérard Genette em "Paratextos Editoriais"?

- (A) A capa e o design gráfico de um livro.
- (B) A introdução escrita pelo autor no início do livro.
- (C) A bibliografia e as notas de rodapé incluídas no livro.
- (D) A conjuntura econômica que permite a existência do livro.
- (E) As entrevistas e aparições públicas do autor discutindo a obra.

53

Observe o trecho a seguir, extraído de Kotler, Kartajaya e Setiawan.

"Sempre acreditamos que a palavra marketing deveria ser escrita como market-ing (em inglês, market significa "mercado" e ing é a terminação do gerúndio, que indica ação, o que ressaltaria o sentido de "mercado em ação"). Isso nos lembraria sempre de que o marketing consiste em lidar com um mercado em constante mudança e que, para entender o marketing de ponta, deveríamos entender como o mercado vem evoluindo nos últimos anos.

As pistas e tendências estão aí. Uma nova espécie de consumidor, aquela que será a maioria no futuro próximo, está emergindo globalmente – jovem, urbana, de classe média, com mobilidade e conectividade fortes. Enquanto os mercados maduros estão lidando com uma população que envelhece, o mercado emergente está desfrutando o dividendo demográfico de uma população mais jovem e mais produtiva. Além de serem jovens, esses consumidores também estão migrando rapidamente para áreas urbanas e adotando o estilo de vida da cidade grande."

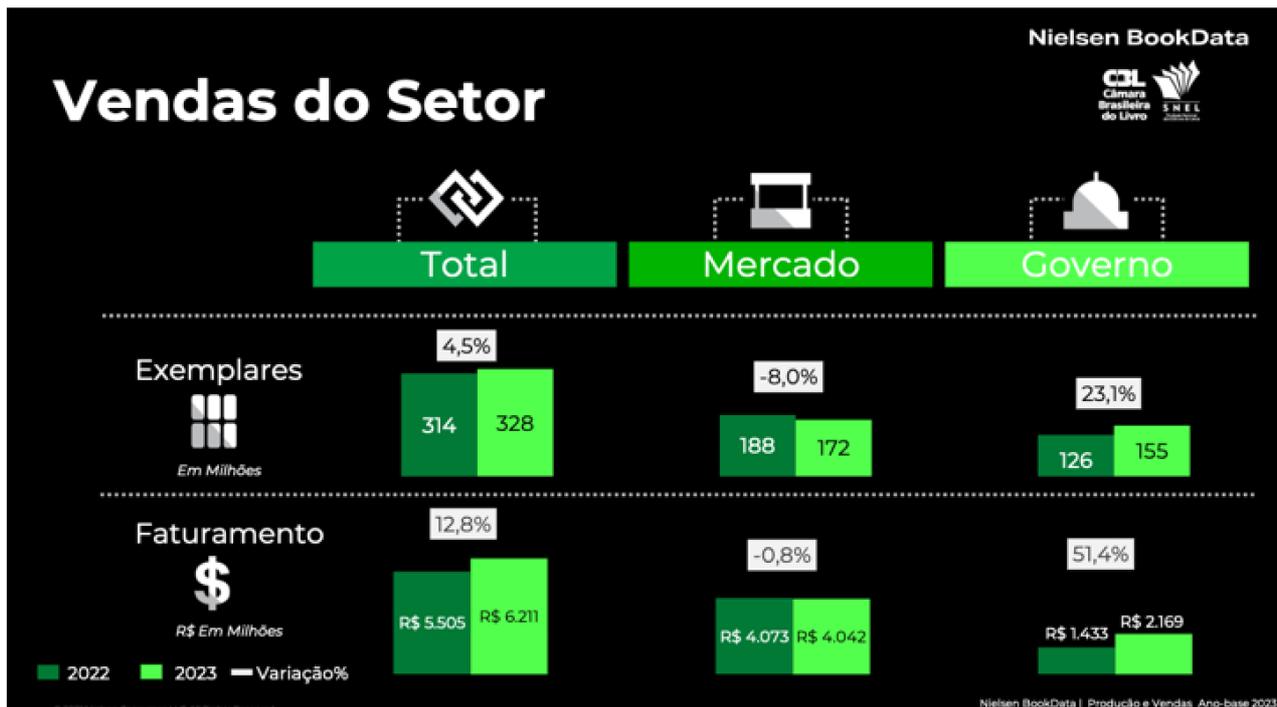
No livro "Marketing 4.0" os autores discutem como o *marketing* deve evoluir para acompanhar as mudanças no comportamento do consumidor, especialmente no contexto de uma nova geração emergente. Essa geração é caracterizada por ser jovem, urbana, de classe média, altamente conectada e móvel. No cenário atual, os *ebooks* se apresentam como uma tendência significativa no mercado editorial, adaptando-se aos hábitos de consumo dessa nova espécie de consumidor descrita por Kotler. Qual das alternativas a seguir exemplifica corretamente a maneira pela qual o fenômeno dos *ebooks* atende às características do novo consumidor definido na obra de referência?

- (A) São facilmente acessíveis por meio de dispositivos móveis e plataformas digitais, adaptando-se ao estilo de vida urbano e conectado do novo consumidor jovem e de classe média.
- (B) São mais caros e exclusivos, atraindo principalmente consumidores urbanos, conforme perfil traçado pelos autores.
- (C) Oferecem uma experiência de leitura que vem avançando entre os públicos urbanos. O acesso generalizado à internet em todas as camadas sociais no mercado brasileiro contribuiu para o sucesso do formato nacionalmente.
- (D) São mais acessíveis em áreas urbanas devido à infraestrutura tecnológica necessária para sua utilização. Apesar disso, não são um formato promissor, devido ao hábito de leitura em mídia física.
- (E) Podem se adaptar ao estilo de vida urbano e conectado do perfil estabelecido pelos autores, mas é sabido que no Brasil navegação na internet ocorre minoritariamente via dispositivos móveis, o que dificulta o acesso ao formato.



54

Observe o gráfico a seguir, fornecido pela *Nielsen BookData*, que ilustra produção, vendas e faturamento do mercado editorial brasileiro em 2022 e em 2023, destacando variações entre os referidos anos.



Fonte: Nielsen Book Data. Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Ano-base 2023. Disponível em: https://cbl.org.br/pesquisas_de_mercado_categoria/1-producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro/

A partir da análise do gráfico, é possível observar várias mudanças no período considerado. Com base nos dados ora apresentados, indique a alternativa que descreve corretamente uma variação no mercado editorial brasileiro entre 2022 e 2023.

- (A) O número total de exemplares vendidos aumentou de maneira geral. Com a redução no mercado privado, o governo passou, em 2023, a ser o principal consumidor do mercado editorial brasileiro.
- (B) O faturamento do setor editorial total diminuiu, embora o número de exemplares vendidos tenha aumentado. O fenômeno atesta a baixa nos preços dos livros, impulsionada pela popularização dos *ebooks*.
- (C) O mercado privado apresentou uma redução tanto em exemplares vendidos, quanto em faturamento. Ainda assim, ele se mantém relevante no cenário editorial nacional.
- (D) O aumento no total de exemplares e de faturamento entre 2022 e 2023 revela a estabilidade do mercado editorial brasileiro, que vem se consolidando nos últimos anos sem grandes alterações em seus processos produtivos, de distribuição e consumo.
- (E) O faturamento do setor com vendas ao governo aumentou, um reflexo do recém-estabelecido Programa Nacional do Livro Didático (PNDL).

55

O "Manual de Editoração e Estilo" de Plínio Martins Filho é uma referência essencial para profissionais e estudiosos da área editorial. A obra aborda, de maneira detalhada, a importância e as especificidades dos elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais em uma publicação. Esses elementos são fundamentais para a organização e a apresentação adequada de um livro, garantindo clareza e acessibilidade para os leitores.

Em "Manual de Editoração e Estilo", Plínio Martins Filho, como mencionado anteriormente, detalha vários elementos pré-textuais essenciais para a estrutura de uma obra. Qual das alternativas a seguir explica corretamente a função e a importância do elemento pré-textual "prefácio" na organização de um livro?

- (A) O prefácio é usado para apresentar as referências bibliográficas utilizadas na obra, proporcionando ao leitor uma visão das fontes consultadas.
- (B) O prefácio fornece uma lista detalhada dos capítulos e seções do livro, permitindo ao leitor localizar rapidamente o conteúdo específico.
- (C) O prefácio é escrito geralmente por um especialista ou pelo próprio autor e serve para contextualizar o livro, discutir sua motivação, objetivos e importância, além de apresentar agradecimentos.
- (D) O prefácio é responsável por listar todos os termos técnicos utilizados na obra, facilitando a compreensão do leitor.
- (E) O prefácio é uma seção onde são incluídas notas de rodapé explicativas sobre os temas abordados no livro.



56

Segundo Plínio Martins Filho em "Manual de Editoração e Estilo", os elementos pós-textuais são componentes cruciais para o fechamento de uma obra. De acordo com a obra de referência, qual das alternativas a seguir descreve corretamente o papel do "índice" como um elemento pós-textual?

- (A) O índice é utilizado para fornecer uma visão geral das principais argumentações apresentadas no livro, incluindo uma breve descrição de cada capítulo.
- (B) O índice é uma lista de termos, assuntos, nomes, títulos ou outras informações presentes no texto de uma obra, acompanhados das páginas onde esses itens podem ser encontrados.
- (C) O índice é uma seção que oferece ao leitor um resumo conciso de cada capítulo, permitindo a rápida identificação dos conteúdos abordados.
- (D) O índice contém uma análise crítica das fontes utilizadas na obra, discutindo a relevância e a credibilidade de cada uma.
- (E) O índice é um componente onde são incluídas notas adicionais do autor sobre possíveis atualizações ou erratas do texto principal.

57

"A editora emprega uma série de estratégias de marketing e publicidade – desde a divulgação e turnês dos autores até tentativas de tê-los em programas de rádio e televisão e conseguir resenhas dos livros na imprensa nacional, no esforço de chamar a atenção dos leitores para os livros e impulsionar as vendas (ou rotatividade) nas livrarias, a única maneira de garantir que os livros que são "vendidos" na rede varejista não sejam devolvidos à editora. "

THOMPSON, 2011.

Sabe-se que, nas últimas décadas, com a consolidação do mercado digital, várias transformações incidiram sobre o mercado editorial. Qual das alternativas a seguir descreve corretamente uma das novas estratégias de *marketing* digital no mercado editorial contemporâneo, impulsionada pelo crescimento das plataformas digitais?

- (A) As editoras agora dependem principalmente de turnês de autores e aparições em programas de televisão, uma vez que ambientes como feiras do livro representam a maior concentração de vendas diretas no mercado editorial.
- (B) Devido à formalidade dos livros no mercado editorial, as campanhas de *marketing* se concentram majoritariamente em resenhas na imprensa e em programas de televisão e de rádio, reproduzindo no ambiente digital práticas consolidadas na mídia tradicional.
- (C) As editoras criam campanhas de *e-mail marketing* personalizadas para manter os leitores informados sobre novos lançamentos e promoções, utilizando formatos como *newsletters* para criar uma comunidade em torno da editora.

- (D) Por meio das plataformas digitais, as editoras conseguem criar campanhas de *marketing* mais segmentadas, atingindo diretamente os leitores, tornando as redes sociais ferramentas secundárias para a promoção de livros.
- (E) Redes sociais são centrais nas campanhas de *marketing* editorial. Elas permitem que as editoras compartilhem conteúdos e alcancem indistintamente todos os perfis de leitores. *Hashtags* e desafios no *TikTok*, por exemplo, podem fazer um livro viralizar em questão de horas.

58

Na obra "Inimigos da Esperança: Publicar, Perecer e o Eclipse da Erudição", Lindsay Waters, com sua ampla experiência no mercado editorial, define o que pode ser compreendido como o "perecer" do título de seu livro. Há muito tempo percebe-se um desalinhamento entre a produção e o consumo. Na parte inicial do texto de referência, é feito um levantamento histórico do problema, elucidando os mecanismos que levaram ao surgimento e à relativa aceitação da política de publicação a qualquer custo. Enfatizando sua posição na cadeia produtiva — e seu papel "alimentador" —, o autor apresenta evidências que apontam para as dificuldades criadas pelo aumento vertiginoso na produção, ampliando a lacuna entre quantidade e qualidade: "O produto é tudo o que importa, não sua recepção, não o uso humano. Isso é produção por si só, com praticamente nenhum outro valor" (p. 42), afirma Waters, destacando a inversão ou distorção dos métodos estabelecidos para avaliar o conhecimento. Na segunda parte, são abordados aspectos cruciais para o meio acadêmico, como a avaliação pelos pares e os desafios enfrentados na tentativa de resolver a crise em questão.

Qual dos seguintes aspectos captura corretamente a preocupação central levantada na obra de referência sobre a produção acadêmica contemporânea, especialmente nas humanidades, em relação à sua finalidade e qualidade?

- (A) A discussão enfatiza a necessidade de incentivar uma maior produtividade entre os acadêmicos, apesar das críticas à superficialidade do que é produzido e publicado.
- (B) A tônica do debate sintetizado na obra de referência é muito mais vinculada à crítica do sistema acadêmico, enquanto o próprio autor apoia a produtividade intelectual sem questionamentos.
- (C) A erudição acadêmica é cada vez mais valorizada por sua contribuição à formação de novas perspectivas críticas, o que deixa em lugar secundário a necessidade de uma abordagem mais pragmática na avaliação de publicações.
- (D) O autor destaca a dificuldade crescente em realizar revisões bibliográficas rigorosas devido ao volume excessivo de publicações, levantando questões sobre a qualidade e relevância do que é produzido.
- (E) O autor discute uma metamorfose da erudição no âmbito universitário. Na expectativa de melhorar o desempenho acadêmico, foram alcançados resultados muito positivos do ponto de vista da qualidade do que se produz e publica.



59

Leilah Santiago Bufrem, na obra “Editoras Universitárias no Brasil: uma crítica para a reformulação”, descreve a gênese do desenvolvimento da editoração universitária no mercado nacional. Muitas das editoras surgiram a partir de serviços gráficos e das próprias imprensas das universidades. No entanto, a quantidade de obras publicadas nem sempre correspondia à qualidade das produções. Já no período da redemocratização, surgiu um movimento para estabelecer uma política geral mais definida para a editoração universitária.

Assinale a alternativa que apresenta corretamente o principal argumento defendido pela autora, na obra de referência, sobre o papel das editoras universitárias na instituição acadêmica.

- (A) Ainda que uma editora universitária seja, *stricto sensu*, uma editora na universidade, vinculada a ela e participante da mesma missão, a autora apresenta a importância de lançamentos comerciais como seu principal objetivo.
- (B) A autora propõe que as editoras universitárias atuem de forma isolada das demais atividades acadêmicas, para garantir independência editorial.
- (C) Segundo a autora, as políticas editoriais das editoras universitárias devem ser uniformizadas em todas as instituições para facilitar a gestão editorial.
- (D) A autora argumenta que as editoras universitárias devem priorizar apenas a produção de obras de grande impacto internacional, deixando para outros projetos as necessidades regionais e locais.
- (E) A autora defende que as editoras universitárias devem desenvolver políticas editoriais alinhadas com os princípios, finalidades e natureza de cada instituição acadêmica.

60

“Procurar conhecer uma nação por meio de sua produção editorial é, mais ou menos, o mesmo que julgar uma pessoa por sua caligrafia. Ambas constituem partes muito pequenas da atividade total de um país ou de uma pessoa, mas as duas podem ser muito reveladoras, pois nós somos como nos expressamos.”

HALLEWELL, 2017.

Com base na obra “O Livro no Brasil: Sua História”, de Laurence Hallewell, indique a alternativa que descreve corretamente características do campo editorial brasileiro.

- (A) A amplitude da produção editorial brasileira é, também, enorme: desde o autor de poesia popular que imprime, apregoa e vende seus próprios folhetos, até uma editora de livros didáticos para o ensino fundamental do tamanho da Ática, por exemplo, com seu cadastro computadorizado no qual estão arrolados milhares de professores.

- (B) É difícil imaginar uma atividade que envolva tantos aspectos da vida nacional quanto a publicação de livros. O livro existe para padronizar expressões literárias e difundir internacionalmente valores culturais e ideológicos globais. Seu aspecto gráfico é o encontro da estética com a tecnologia disponível.
- (C) A produção de livros requer a disponibilidade de certos produtos industriais e sua venda constitui um processo comercial condicionado por fatores geográficos, econômicos, educacionais, sociais e políticos. Apesar disso, estas informações não conseguem dar uma medida do grau de independência do país, seja do ponto de vista espiritual ou do material.
- (D) O Brasil apresenta no campo editorial, como em tudo o mais, uma vasta homogeneidade, sem superlativos extremos. Poucos países levaram tanto tempo para desenvolver uma indústria editorial nacional. Mas poucos a desenvolveram tanto nos últimos anos.
- (E) O atraso na implantação da indústria editorial nacional fez com que hoje o Brasil ocupe uma posição de desprestígio entre os países que o autor define, na obra de referência, como de “Terceiro Mundo” – apesar da questão linguística unificada se configurar como uma vantagem.



QUESTÃO DISSERTATIVA

Tomando por base a obra acadêmica (que consta da Bibliografia do certame) a seguir indicada:

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*. 3. ed. São Paulo: EDUSP, 2015.

E considerando os títulos dos 3 capítulos que a compõem:

Cap. 1: Monopolismo e Publicidade;

Cap. 2: A Dinâmica Tardia;

Cap. 3: A hipertrofia Retardatória.

Elabore um texto ORIGINAL, de no máximo 20 linhas, para a 4ª capa da obra.

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 20 linhas da folha de respostas.
- Receberão nota zero textos que desrespeitarem os direitos humanos e textos que permitirem, por qualquer modo, a identificação do candidato(a).



RASCUNHO
NÃO SERÁ
CONSIDERADO NA
CORREÇÃO



DRH Agosto 2024
1ª Fase – Objetiva e Dissertativa

0/0

1

1/100

