

CONCURSO PÚBLICO

## 23. PROVA OBJETIVA

PRODUTOR GRÁFICO  
(LABORATÓRIO DE IMAGENS)

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 50 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ CONFIRA SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO IMPRESSOS NA CAPA DESTE CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, LOCALIZADA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DA SALA SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

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

## FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS

PRODUTOR GRÁFICO  
(LABORATÓRIO DE IMAGENS)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto e responda às questões de números **01** a **10**.

*Rebobine, por favor*

No início, era preciso rebobinar as fitas antes de devolvê-las. Depois, quando o século virou 21, o DVD tornou antiquado o verbo rebobinar, mas deixou eufórico o público. E, por consequência, os empresários.

O mercado estima que, entre 2003 e 2005, havia, no Brasil, quase 14 mil locadoras de filmes. Mas, a partir de 2006, a festa começou a esvaziar. Hoje, há, no máximo, 6 mil lojas. Para acompanhar o auge e a queda desse negócio é preciso pontuar, primeiro, que o Brasil tinha o maior mercado de locação do mundo. As locadoras surgiram na era do VHS para atender a um público que, ao contrário de europeus e norte-americanos, não comprava filmes. Alugava.

Quando o VHS murçou, veio o DVD e, com ele, o boom de um negócio que atraiu tanto grupos internacionais, como a Blockbuster, quanto aventureiros. “São comuns os casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima”, diz Rodrigo Drysdale, da Warner. “Em todo canto havia uma locadora.” Para os estúdios, foi um negócio e tanto. Eles chegavam a vender por R\$ 100 um produto que saía da fábrica por R\$ 5. Mas eis que, com o DVD tornado objeto fetiche, o hábito do aluguel foi sendo substituído.

Em meados dos anos 2000, as Lojas Americanas, por exemplo, vendiam filmes com preços baixíssimos. “As locadoras resistiram a vender filmes. Achavam que matariam o próprio negócio”, analisa Wilson Cabral, da Sony. Quando acordaram para a venda, encontraram concorrentes mais difíceis de enfrentar: a pirataria e o download, que tornaram ainda mais anacrônica a espera pelo lançamento de um filme em DVD.

Conforme aumentava a venda de filmes nas barraquinhas de camelôs, saía de cena, por exemplo, a Blockbuster, comprada pelas Lojas Americanas em 2007. “Em São Paulo, o público foi afastado da locação pelo fim da Blockbuster. Mas em outros lugares, a situação não é a mesma”, avalia Victor Camargo, que continua a investir no ramo. “A onda do DVD passou e alguns empresários ficaram desanimados. Mas ainda tem muita gente que busca atendimento personalizado. Brasileiro gosta de conversar.”

Mas há quem desconfie da tese da conversa. “Dar boas dicas não resolve. Não dou cinco anos para esse negócio acabar”, diz Carlos Sbruzzi, que abriu uma locadora em 1986, em Carasinho (RS), mas jogou a toalha.

A impressão de Sbruzzi está longe de ser unanimidade. Há, de um lado, as locadoras de nicho, como a 2001, e, de outro, o blu-ray, disco de altíssima definição, com mais possibilidades interativas, que pede uma TV full HD. “Não é uma mudança tão radical quanto do VHS para o DVD, mas é uma nova tecnologia muito atraente”, diz Drysdale. Em 2009, foram vendidas 230 mil unidades de blu-ray, ante 90 mil em 2008. “Neste ano, devemos chegar a 600 mil unidades. Com a Copa do Mundo, muita gente vai trocar de TV”, aposta Cabral.

Os estúdios buscam incentivar as locadoras a investir em séries de TV, que, hoje, são mais vendidas que alugadas, e games. “Eles precisam acreditar que vão sobreviver”, diz Drysdale. “Aluguel, venda e internet vão coexistir.” Na tentativa de animar os sobreviventes, a Sony engendrou extras exclusivos para locação no DVD “This Is It”, de Michael Jackson. “É a primeira vez que fazemos isso”, diz Cabral. “Queremos mostrar aos donos de locadoras que acreditamos que o mercado não está morto.”

(Ana Paula Sousa, *Folha de S.Paulo*, 15.01.2010. Adaptado)

### Vocabulário:

anacrônica: fora de moda

nicho: espaço limitado, especializado; grupo restrito de pessoas

01. De acordo com o texto, no início da primeira década do século 21, a substituição do VHS pelo DVD representou
  - (A) uma importante redução do público para filmes.
  - (B) o desaparecimento de investidores internacionais.
  - (C) o fim do investimento em locadoras de filmes.
  - (D) uma nova possibilidade de lucro para as locadoras.
  - (E) uma queda no lucro dos estúdios, como Sony e Warner.
02. Segundo o texto, é correto afirmar que
  - (A) a internet e a pirataria são, hoje, os principais concorrentes das locadoras.
  - (B) o fim das locadoras equivale ao fim para o mercado de filmes em DVD.
  - (C) existe consenso quanto ao fato de que as locadoras vão desaparecer em breve.
  - (D) a redução do número de locadoras pode ser atribuída ao aumento do preço do DVD.
  - (E) o surgimento de novas tecnologias deve acelerar o processo de extinção das locadoras.
03. Um aspecto para favorecer a permanência das locadoras no mercado é
  - (A) a rapidez com que o acesso ao lançamento de filmes é disponibilizado.
  - (B) a exclusividade tanto no atendimento quanto nos conteúdos oferecidos.
  - (C) a falta de concorrentes com grande oferta de produtos.
  - (D) a retirada de concorrentes internacionais, como a Blockbuster.
  - (E) o valor mais acessível aos bolsos do público brasileiro.
04. De acordo com o texto, a tecnologia blu-ray representa
  - (A) uma possibilidade de expansão, ainda que modesta, para o mercado de locadoras.
  - (B) uma ameaça real aos donos de locadoras, especialmente em ano de Copa do Mundo.
  - (C) um resgate da tecnologia que revolucionou o mercado de filmes no século 20.
  - (D) a massificação do público consumidor de DVD e o fim das locadoras de nicho.
  - (E) a substituição dos aparelhos de DVD e o fim das locadoras que ainda restam.

05. No primeiro parágrafo, o termo *antiquado* tem o mesmo sentido de
- (A) respeitoso.
  - (B) cotidiano.
  - (C) usual.
  - (D) antiquário.
  - (E) obsoleto.
06. Com a frase – *Mas, a partir de 2006, a festa começou a esvaziar.* – no 2.º parágrafo, a autora sugere que
- (A) o número de locadoras no Brasil foi reduzido à metade em 2005.
  - (B) a locação de filmes não era um bom negócio mesmo antes de 2006.
  - (C) a locação de filmes era um modismo do século 20 que já foi extinto.
  - (D) o ramo da locação foi deixando de ser um ótimo negócio aos poucos.
  - (E) o lucro das locadoras havia sido desproporcional ao tamanho de sua clientela.
07. Mantendo a informação do texto e observando as regras de pontuação, a frase – “*São comuns os casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima,*”... (3.º parágrafo) – está corretamente reescrita em
- (A) São comuns os casos de gente que, com o FGTS, abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima, ...
  - (B) Casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora, no andar de baixo de casa e ficou morando, em cima são comuns, ...
  - (C) São comuns os casos de gente, que abriu uma locadora, no andar de baixo de casa e ficou morando em cima com o FGTS, ...
  - (D) São comuns os casos de gente que abriu uma locadora no andar de baixo de casa, ficou morando em cima, e pegou o FGTS, ...
  - (E) São comuns os casos de gente que abriu, no andar de baixo de casa uma locadora, com o FGTS e ficou, morando em cima, ...
08. Leia o que segue.
- ... o DVD tornou antiquado o verbo rebobinar, mas deixou eufórico o público. E, por consequência, os empresários. (1.º parágrafo).
- Considerando o contexto em que ocorre a concordância, ao inserir o verbo e o adjetivo omitidos na última frase, de acordo com a norma culta, tem-se:
- (A) E, por consequência, deixou eufórico os empresários.
  - (B) E deixou, por consequência, eufórico os empresários.
  - (C) E, por consequência, deixou eufóricos os empresários.
  - (D) E, por consequência, deixaram eufóricos os empresários.
  - (E) E deixaram, por consequência, eufórico os empresários.
09. O acento indicador de crase está empregado corretamente na frase:
- (A) Hoje, o número de locadoras de filmes no Brasil não deve chegar à 6 mil.
  - (B) As Lojas Americanas, por exemplo, vendiam filmes à preços baixíssimos.
  - (C) Quando se decidiram à venda, encontraram concorrentes mais difíceis.
  - (D) Dar boas dicas não traz solução à esta crise vivida pelas locadoras.
  - (E) Visando à animar os sobreviventes, a Sony inseriu extras exclusivos para locação no DVD “This Is It”.
10. No trecho – *A onda do DVD passou e alguns empresários ficaram desanimados. Mas ainda tem muita gente que busca atendimento personalizado. Brasileiro gosta de conversar.* – o termo *Mas* indica que
- (A) os empresários da locação não devem ter esperanças para o seu negócio.
  - (B) ainda há motivo para os empresários da locação não ficarem desanimados.
  - (C) o desânimo dos empresários provocou o afastamento de seu público consumidor.
  - (D) o fato de haver gente que busca atendimento personalizado justifica o desânimo dos empresários.
  - (E) o comportamento dos empresários explica o fato de ainda haver quem busque atendimento personalizado.

Read the following text to answer the questions from 11 to 20.

*Graphic Designers – Nature of the Work*

Graphic designers – or *graphic artists* – plan, analyze, and create visual solutions to communications problems. They find the most effective way to get messages across in print and electronic media using color, type, illustration, photography, animation, and various print and layout techniques. Graphic designers develop the overall layout and production design of magazines, newspapers, journals, corporate reports, and other publications. They also produce promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services; design distinctive logos for products and businesses, and develop signs and signage systems—called environmental graphics—for business and government. An increasing number of graphic designers also develop material for internet web pages, interactive media, and multimedia projects. Graphic designers also may produce the credits that appear before and after television programs and movies.

The first step in developing a new design is to determine the needs of the client, the message the design should portray, and **its** appeal to customers or users. Graphic designers consider cognitive, cultural, physical, and social factors in planning and executing designs for the target audience. Designers gather relevant information by meeting with clients, creative or art directors, and by performing their own research. Identifying the needs of consumers is becoming increasingly important for graphic designers as they continue to develop corporate communication strategies in addition to creating designs and layouts.

Designers may work in their own offices or studios or in clients' offices. Designers who are paid by the assignment are under pressure to please existing clients and to find new ones to maintain a steady income. All designers sometimes face frustration when their designs are rejected or when their work is not as creative as they wish.

(<http://www.bls.gov/oco/ocos090.htm#nature>, February 13th, 2010)

11. O primeiro parágrafo do texto,

- (A) descreve as funções e atividades de um designer gráfico.
- (B) traz recomendações a respeito daquilo que um produtor gráfico deve fazer.
- (C) analisa o momento de crise pelo qual o mercado vem passando.
- (D) incentiva os jovens a buscarem carreiras profissionais ligadas à tecnologia.
- (E) recomenda aos jovens que sigam carreiras mais tradicionais e estáveis.

12. In the first paragraph – *Graphic designers develop the overall layout...* – suggests that graphic designers

- (A) create a layout by thinking about its general aspects.
- (B) deal with something very specific.
- (C) leave their projects undone.
- (D) replace the journalists nowadays.
- (E) write articles about developing layouts in some magazines and other media.

13. De acordo com o primeiro parágrafo, *Graphic designers produce promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services...* Mantendo-se o sentido, a correta concordância e as correlações dos tempos verbais, também se pode dizer:

- (A) Promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services is produced by graphic designers.
- (B) Promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services are produced by graphic designers.
- (C) Promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services will be produced by graphic designers.
- (D) Promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services were produced by graphic designers.
- (E) Promotional displays, packaging and marketing brochures for products and services was produced by graphic designers.

14. No primeiro parágrafo, *increasing number* remete-nos a um

- (A) índice estável.
- (B) número em queda.
- (C) número em crescimento.
- (D) índice com muitas oscilações.
- (E) índice em queda.

15. No segundo parágrafo, a correlação correta do termo *portray*, em língua portuguesa, é

- (A) cancelar, desistir.
- (B) ocultar, esconder.
- (C) relatar, contar.
- (D) retratar, demonstrar.
- (E) preferir, privilegiar.

16. The pronoun *its*, highlighted in the second paragraph, refers to
- (A) *client*.
  - (B) *customers*.
  - (C) *users*.
  - (D) *step*.
  - (E) *message*.
17. No segundo parágrafo, *target audience* traz em si a ideia de
- (A) missão cumprida.
  - (B) objetivo alcançado.
  - (C) objetivo a alcançar.
  - (D) público-alvo.
  - (E) mercado financeiro.
18. According to the second paragraph,
- (A) Graphic designers must develop corporate communication strategies or must create designs and layouts.
  - (B) Graphic designers must develop corporate communication strategies and also must create designs and layouts.
  - (C) Graphic designers must develop corporate communication strategies but must not create designs and layouts.
  - (D) Graphic designers must not develop corporate communication strategies; however, they must create designs and layouts.
  - (E) Graphic designers must develop corporate communication strategies instead of creating designs and layouts.
19. No último parágrafo, a pressão sofrida por alguns produtores gráficos consiste em
- (A) agradar os novos clientes.
  - (B) impedir que os clientes enjoem do seu estilo.
  - (C) satisfazer os clientes existentes e conseguir outros novos.
  - (D) conseguir que seus clientes lhes indiquem outros.
  - (E) convencer os clientes a manter um projeto inicial sem modificações.
20. No último parágrafo do texto, a frustração aparece relacionada
- (A) a alguns casos de clientes inadimplentes.
  - (B) às constantes mudanças tecnológicas.
  - (C) ao baixo índice de empregabilidade da profissão.
  - (D) à rotina entediante da profissão.
  - (E) a uma possível falta de criatividade.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

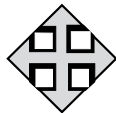
21. Quando se utiliza a ferramenta “Conta Gotas” (*Eyedropper Tool*) na edição de textos no Adobe InDesign CS3, é possível
- (A) copiar apenas a cor exata do local clicado.
  - (B) copiar todos os atributos do texto para usar em outro texto.
  - (C) editar efeitos de exibição do texto, sem transformá-lo em imagem.
  - (D) limpar os atributos do texto selecionado.
  - (E) pintar apenas as letras clicadas com a cor desejada.
22. Ao se clicar em Create New Style da aba Paragraph Styles do Adobe InDesign CS3, um novo estilo é criado em branco. Para fazer com que a janela de propriedades do estilo apareça automaticamente ao se clicar no botão Create New Style, basta, juntamente com o clique, pressionar a tecla
- (A) Alt.
  - (B) Ctrl.
  - (C) Esc.
  - (D) Insert.
  - (E) Shift.
23. No Adobe Illustrator CS4, a ferramenta que desenha grades de gráficos circulares é conhecida como
- (A) Elipse em grade.
  - (B) Grade circular.
  - (C) Grade espiral.
  - (D) Grade polar.
  - (E) Grade em segmento de linha.
24. No Adobe Illustrator CS4, a ferramenta utilizada para suavizar os caminhos de Bézier em uma imagem vetorial é a ferramenta
- (A) Contorno.
  - (B) Forma.
  - (C) Lápis.
  - (D) Suavizar.
  - (E) Transformar.

25. No Adobe Acrobat Reader, a ação de refluir o texto faz com que todo o documento seja apresentado como uma grande coluna que tem a largura do painel de documento. Para fazer com que o documento reflua um texto, deve-se clicar em
- (A) Documento → Modos de Exibição → Refluxo.
  - (B) Editar → Documento → Refluir Texto.
  - (C) Exibir → Documento → Refluir Texto.
  - (D) Janela → Modo de exibição → Refluxo.
  - (E) Visualizar → Aplicar Zoom → Refluir.

26. Por definição, o Adobe Lightroom é utilizado para

- (A) manipular imagens vetoriais.
- (B) auxiliar o tratamento de fotos do Adobe Photoshop, aplicando os filtros na imagem digitalizada.
- (C) criar imagens, no formato *bitmap*, especificamente para a *web*.
- (D) criar animações vetoriais para *web*, utilizando efeitos pré-definidos do Photoshop.
- (E) gerenciar, de forma rápida e eficaz, um fluxo de trabalho para fotografia digital.

27. Considere a ferramenta Item do QuarkXPress apresentada por meio do seguinte ícone:



Por meio dela é possível selecionar, mover e redimensionar itens. Considere que a ferramenta não está selecionada e deseja-se ativá-la temporariamente. Para isso, deve-se pressionar a tecla

- (A) F12.
- (B) Alt.
- (C) Ctrl.
- (D) Shift.
- (E) Barra de Espaço.

28. O desenvolvimento do Adobe PageMaker foi descontinuado na versão 7.0. Porém, a Adobe fornece um substituto, que é o Adobe
- (A) Air.
  - (B) Illustrator.
  - (C) InDesign.
  - (D) LightWave.
  - (E) PhotoPublisher.

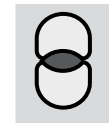
29. Considere o processo de criação de *layouts* no Corel Draw X3 e o seguinte ícone, presente nas régua do documento.



O recurso representado por esse ícone é responsável por

- (A) criar uma nova borda, baseando-se nas posições atuais das régua.
- (B) especificar a posição dos valores de origem das régua no documento.
- (C) medir as proporções dos objetos selecionados.
- (D) medir o tamanho da área de trabalho do documento corrente.
- (E) selecionar os objetos no documento pela ação de clicar e arrastar.

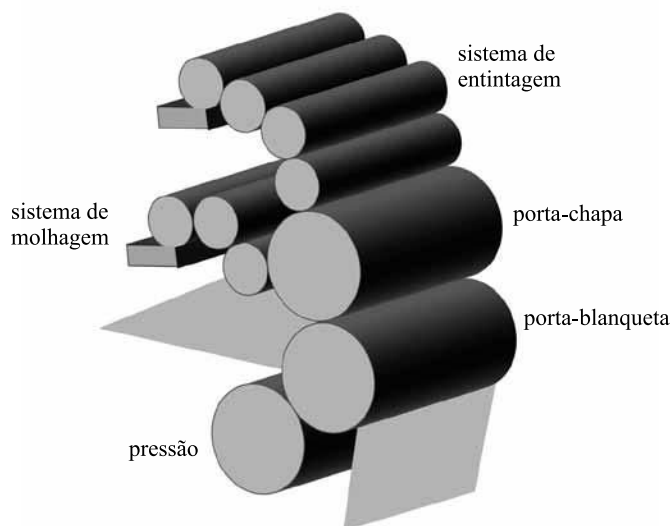
30. Considere o seguinte ícone presente na Barra de ferramentas Design Layout do Encore PitStop 9.



O recurso representado pelo ícone é responsável por

- (A) mesclar os documentos selecionados.
- (B) editar as imagens inseridas nos arquivos PDF.
- (C) causar o efeito de somar as seleções no documento em elaboração.
- (D) destacar todas as sobreposições no documento elaborado.
- (E) obter a intersecção entre dois ou mais documentos selecionados.

31. No Adobe Photoshop CS4, a ferramenta utilizada para recompor automaticamente uma imagem, enquanto ela é redimensionada mantendo suas proporções, é denominada de
- (A) Content-Aware Scaling.  
 (B) Smart Content.  
 (C) Smart Scaling.  
 (D) Smart Transform.  
 (E) Transform Smart Scale.
32. No Adobe Photoshop CS4, o Mask Panel possibilita
- (A) salvar as máscaras no padrão PNG.  
 (B) a importação de máscaras pré-definidas no padrão wmf.  
 (C) a transformação das máscaras criadas em imagens no padrão Flash.  
 (D) a visualização de todas as máscaras utilizadas no documento, desde a sua criação.  
 (E) o uso de ferramentas necessárias para a criação e a edição de máscaras baseadas em vetor e em *pixels*.
33. Deseja-se combinar diversas imagens, cada uma com exposição, cor e ponto focal diferentes, em uma única imagem com correção no Adobe Photoshop CS4. Para isso, deve-se utilizar a ferramenta
- (A) Auto-Blend.  
 (B) Combine Layers.  
 (C) Flatten Image.  
 (D) Group Layers.  
 (E) Join Images.
34. Em fontes do tipo *psfont*, uma fonte do tipo 1 é comumente referida como
- (A) *inline fonts*.  
 (B) *outline fonts*.  
 (C) *bitmap fonts*.  
 (D) *Bézier fonts*.  
 (E) *true type fonts*.
35. As fontes *psfont* do tipo 3 contêm caracteres em que suas formas são definidas por comandos padrão PostScript, incluindo os valores BuildGlyph ou BuildChar, e têm a vantagem de
- (A) requererem menos memória da impressora.  
 (B) serem impressas com maiores detalhes, já que o tipo 3 possui definições precisas.  
 (C) serem facilmente criadas, pois suas formas são definidas usando rotinas ordinárias da linguagem PostScript.  
 (D) terem suporte a informações extras de ajuda (*hints*).  
 (E) terem a possibilidade de baixar a fonte para a memória ROM da impressora, agilizando a impressão.
36. Assinale o sistema de impressão que possui máquinas planas e rotativas e que pode imprimir papel, metal e plástico, representado pelo esquema a seguir.



- (A) Rotogravura.  
 (B) Offset.  
 (C) Tipografia.  
 (D) Flexografia.  
 (E) Serigrafia.



37. A personalização e a customização de informações individuais são opções disponibilizadas pela impressão digital, possibilitando a inserção de dados em projetos, reproduzidos tanto em máquinas digitais como impressos em outros sistemas de impressão, em offset, por exemplo. Assinale a alternativa que aponta a sigla utilizada para denominar o uso de dados variáveis.
- (A) CTP.
  - (B) DI.
  - (C) VDP.
  - (D) PI.
  - (E) PDF.
38. Assinale a alternativa que conceitua o termo viscosidade.
- (A) Granulometria do pigmento.
  - (B) Rigidez aparente da tinta.
  - (C) Resistência de escoamento da tinta.
  - (D) Intensidade da cor.
  - (E) Capacidade de cobrir a área a ser impressa.
39. Os papéis com tratamento de superfície podem ter aspectos diferentes ou por receber calandragem ou por aplicação de revestimento. A classificação desse papel pode ser dividida em brilho (*glossy*), semifosco (*silk*) e fosco (*matte*).
- A partir da informação anterior, assinale o tipo de papel que contém as características descritas.
- (A) Opaline.
  - (B) Vergé.
  - (C) Polén.
  - (D) Couché.
  - (E) Jornal.
40. Para impressão das imagens, a tela é entintada e é pressionada com o auxílio de um rodo, que força a passagem da tinta pelas áreas permeáveis, a serem impressas. Esse sistema de impressão é denominado de
- (A) offset.
  - (B) relevo seco.
  - (C) flexografia.
  - (D) hot stamping.
  - (E) serigrafia.
41. Na roleria das máquinas offset, existem vários cilindros, cada um com funções e características específicas. Um desses cilindros conduz a folha para a máquina durante o processo de impressão. Assinale a alternativa que contém o nome desse cilindro.
- (A) Porta-chapa.
  - (B) Porta-blanqueta.
  - (C) Contrapressão.
  - (D) Molhadores.
  - (E) Entintadores.
42. Assinale a alternativa que caracteriza máquina rotativa.
- (A) Utilizada para tiragens elevadas, alta velocidade e alimentação do suporte para impressão feita por bobinas.
  - (B) Utilizada para tiragens sob demanda, pouca velocidade e alimentação do suporte para impressão feita por bobinas.
  - (C) Utilizada para tiragens elevadas, pouca velocidade e alimentação do suporte para impressão feita por folhas.
  - (D) Utilizada para tiragens pequenas, alta velocidade e alimentação do suporte para impressão feita por chapas.
  - (E) Utilizada para tiragens pequenas, baixa velocidade e alimentação do suporte para impressão feita por bobinas.
43. Nas câmeras de visor direto, a imagem que aparece no visor não é a mesma produzida pelo sistema óptico da objetiva. Os ângulos de tomada são diferentes em cada caso.
- A frase refere-se
- (A) à distância bifocal.
  - (B) ao foco automático.
  - (C) ao pentaprisma.
  - (D) ao foco por zona.
  - (E) a erro de paralaxe.
44. Os números  $f$  representam as aberturas do diafragma nas câmeras fotográficas. Em geral, eles são:
- (A)  $f/2, f/3, f/4, f/5, f/8, f/10, f/16, f/22, f/32, f/46$ .
  - (B)  $f/1.2, f/2, f/3, f/4, f/32$ .
  - (C)  $f/1.4, f/2, f/2.8, f/4, f/5.6, f/8, f/11, f/16, f/22$ .
  - (D)  $f/1.4, f/2, f/11, f/16, f/22$ .
  - (E)  $f/1, f/2, f/2.8, f/4, f/5.6, f/8, f/12, f/14, f/26$ .

45. Quando se fotografa em extremo close-up, usa-se uma iluminação frontal plana para iluminar cada detalhe do tema a ser fotografado. Para que isso seja possível, utiliza-se
- (A) obturador com velocidade alta.
  - (B) flash anelar.
  - (C) diafragma com pouca abertura.
  - (D) regulagem de distância focal na objetiva.
  - (E) lâmpadas de tungstênio.
46. Ao acionar através do disparador, controla-se o tempo em que a luz deve entrar na câmera. Esse dispositivo é
- (A) o diafragma.
  - (B) a objetiva.
  - (C) o obturador.
  - (D) o flash.
  - (E) o visor.
47. Para fotografar uma área ampla de determinada cena, principalmente de primeiro plano e arredores, cujo resultado consiste em uma imagem aparentemente menor e com maior profundidade de campo, o ideal é fotografar com
- (A) teleobjetiva.
  - (B) abertura entre  $f/8$  e  $f/11$ .
  - (C) grande angular.
  - (D) velocidade  $1/125$ .
  - (E) pouca iluminação.
48. O conceito de instrumento utilizado para medir valores tristímulos de uma determinada cor através de três filtros, em um dos modelos CIE, refere-se ao
- (A) densitômetro de reflexão.
  - (B) colorímetro.
  - (C) espectrodensitômetro.
  - (D) densitômetro de transmissão.
  - (E) espectrofotômetro.
49. A conversão entre perfis determina o comportamento de um perfil em relação a um espaço de cor diferente. As formas de gerar essa conversão são perceptual, saturação e colorimétrica, que se divide em absoluta e relativa. Assinale a alternativa que apresenta a definição da conversão perceptual.
- (A) Perfil em que todas as cores do espaço original são alteradas para o espaço de destino.
  - (B) Perfil que preserve as cores vívidas de forma imprecisa na transformação das cores que estão fora do espaço de destino.
  - (C) Perfil cujas cores originais que estiverem dentro da gama de cores do perfil de saída são reproduzidas com exatidão.
  - (D) Perfil de conversão que simula também o suporte de impressão.
  - (E) Perfil que não faz simulação de ponto branco.
50. A observação de provas deve ser realizada sob uma iluminação padronizada porque sofrem um fenômeno denominado metamerismo, em que as cores parecem iguais sob determinada condição de iluminação. Assinale a alternativa que apresenta a temperatura de fonte de luz considerada padrão para análise de cor.
- (A) 6 500 K.
  - (B) 5 500 K.
  - (C) 5 000 K.
  - (D) 4 500 K.
  - (E) 3 600 K.