



Ministério Público
do Estado de Goiás

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA
CONCURSO PÚBLICO – NÍVEL SUPERIOR

103 – TÉCNICO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E MARKETING

INSTRUÇÕES GERAIS

- O candidato receberá do **chefe de sala**:
 - Um **caderno de questões** das provas objetiva e discursiva, contendo 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha, com 5 (cinco) alternativas de resposta cada uma e apenas uma alternativa correta, e 2 (duas) questões discursivas com as respectivas orientações.
 - Um **cartão de respostas** óptico personalizado.
 - Duas **folhas de texto definitivo** para as questões discursivas.
- Ao ser autorizado o início da prova, o candidato deverá verificar se a numeração das questões, a paginação e a codificação do **cartão** e das **folhas** estão corretas.
- O candidato dispõe de 4 (quatro) horas e 30 (trinta) minutos para fazer a prova objetiva e as questões discursivas, devendo controlar o tempo, pois não haverá prorrogação desse prazo.
- Esse tempo inclui a marcação do **cartão de respostas** óptico da prova objetiva e o preenchimento das **folhas de texto definitivo** das questões discursivas.
- Ao candidato somente será permitido levar o **caderno de questões** após 4 (quatro) horas do início da prova.
- Somente após decorrida 1 (uma) hora do início da prova, o candidato poderá entregar seu **cartão de respostas** óptico e as **folhas de texto definitivo** e retirar-se da sala.
- Após o término da prova, o candidato deve entregar ao **chefe de sala** o **cartão de respostas** óptico devidamente assinado e as **folhas de texto definitivo**.
- O candidato deve deixar sobre a carteira apenas o **documento de identidade** e a **caneta esferográfica de tinta preta** ou **azul**, fabricada com material transparente.
- Não é permitida a utilização de qualquer aparelho eletrônico de comunicação. O candidato deverá desligar e entregar ao **chefe de sala** régua de cálculo, calculadora, agenda eletrônica, *palmtop*, *bip*, *pager*, *notebook*, telefone celular, gravador, máquina fotográfica, *walkman*, aparelho portátil de armazenamento e de reprodução de músicas, vídeos e outros arquivos digitais, relógio, ou qualquer outro equipamento desse tipo e qualquer tipo de arma, mesmo que com porte autorizado.
- Não é permitida a consulta a livros, dicionários, apontamentos e apostilas.
- Não é permitido o uso de lápis, lapiseira/grafite e(ou) borracha durante a realização das provas.

INSTRUÇÕES – PROVA OBJETIVA

- Verifique se os seus dados estão corretos no **cartão de respostas** óptico. Caso haja algum dado incorreto, escreva apenas no(s) campo(s) a ser(em) corrigido(s), conforme instruções no **cartão de respostas**.
- Leia atentamente cada questão e assinale no **cartão de respostas** óptico a alternativa que mais adequadamente a responde.
- A questão que tiver mais de uma resposta assinalada será considerada errada, mesmo que uma das assinalações esteja correta.
- O **cartão de respostas** óptico **não** pode ser dobrado, amassado, rasurado, manchado ou conter qualquer registro fora dos locais destinados às respostas.
- A maneira correta de assinalar a alternativa no **cartão de respostas** óptico é cobrindo, fortemente, com caneta esferográfica de tinta preta ou azul, fabricada com material transparente, o espaço a ela correspondente, conforme modelo a seguir:

Marque as respostas **assim**:

Realização:



CONHECIMENTOS BÁSICOS

Texto I, para responder às questões de 1 a 3 e 8.

Declaração Universal dos Direitos Humanos

1 A Declaração Universal dos Direitos Humanos é um dos documentos básicos das Nações Unidas e foi assinada em 10 de dezembro de 1948. Nela, são enumerados os

4 direitos que todos os seres humanos possuem.

Preâmbulo

7 **Considerando** que o reconhecimento da dignidade inerente a todos os membros da família humana e de seus direitos iguais e inalienáveis é o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo,

10 **Considerando** que os povos das Nações Unidas reafirmaram, na Carta da ONU, sua fé nos direitos humanos fundamentais, na dignidade e no valor do ser humano e na

13 igualdade de direitos entre homens e mulheres e que decidiram promover o progresso social e melhores condições de vida em uma liberdade mais ampla, agora, portanto, a

16 **Assembleia Geral proclama a presente Declaração Universal dos Direitos Humanos** como o ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações.

Artigo I

19 Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotados de razão e consciência e

22 devem agir em relação uns aos outros com espírito de fraternidade.

Artigo III

25 Todo ser humano tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal.

Artigo XIII

28 1. Todo ser humano tem direito à liberdade de locomoção e à residência dentro das fronteiras de cada Estado.

31 2. Todo ser humano tem o direito de deixar qualquer país, inclusive o próprio, e a este regressar.

Internet: <www.onu-brasil.org.br> (com adaptações).
Acesso em 15/5/2010.

QUESTÃO 1 _____

Quanto às informações do texto I, assinale a alternativa correta.

- (A) Há mais de meio século, foi assinada a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o primeiro documento das Nações Unidas, que buscou deliberar sobre os direitos relativos aos homens dos países ditos civilizados.
- (B) Liberdade, justiça, paz no mundo, reconhecimento da dignidade inerente a todos os seres humanos e de seus direitos iguais e inalienáveis são consequências da Carta da ONU de 1978.
- (C) Os povos das Nações Unidas reafirmaram, na Carta da ONU, sua fé nos direitos humanos fundamentais, na dignidade e no valor do ser humano e na igualdade de direitos entre homens e mulheres e decidiram promover o progresso social e melhores condições de vida em uma liberdade mais ampla.
- (D) As assinaturas registradas na referida Carta da ONU garantiram, por si só, em virtude da seriedade do ato praticado diante da humanidade, a realização dos compromissos comuns assumidos perante todas as nações.

- (E) A declaração dos direitos humanos reconhece que a própria natureza dá igualdade entre os homens quanto à liberdade, à dignidade e aos direitos sociais e que a razão leva os homens a agir com espírito de fraternidade.

QUESTÃO 2 _____

As ideias originais do texto I serão mantidas, e a frase ficará gramaticalmente correta ao se substituir

- (A) “são enumerados” (linha 3) por **enumeram-se**.
- (B) “foi assinada” (linha 2) por **foram assinados**.
- (C) “que” (linha 4) por **aos quais**.
- (D) “a” (linha 7) por **para com**.
- (E) “e que decidiram” (linhas 13 e 14) por **e que estes decidiram**.

QUESTÃO 3 _____

Quanto aos aspectos gramaticais e semânticos do texto I, assinale a alternativa correta.

- (A) Na linha 32, o adjetivo “próprio” foi substantivado na expressão “inclusive o próprio”, com o significado de **em pessoa**.
- (B) A expressão “à residência” (linha 29) pode ser reduzida apenas a “residência”, sem prejuízo gramatical em relação ao paralelismo sintático.
- (C) O plural de “Todo ser humano tem direito à liberdade de locomoção” (linhas 28 e 29) está corretamente feito na seguinte forma: **Todos seres humanos tem direito à liberdade de locomoção**.
- (D) O termo “direito” admite duas regências diferentes.
- (E) O pronome demonstrativo “este” (linha 32) substitui o substantivo “direito” (linha 31).

QUESTÃO 4 _____

A respeito das regras gerais de redação de correspondências oficiais, assinale a alternativa correta.

- (A) Além de atender a disposição constitucional, a forma dos atos normativos obedece a certa tradição. Há normas para sua elaboração que remontam ao período da história imperial brasileira, como, por exemplo, a obrigatoriedade de que se aponha, ao final desses atos, o número de anos transcorridos desde a Independência. Essa prática é mantida desde o início do período republicano até hoje.
- (B) O tratamento que deve ser dado aos assuntos que constam das comunicações oficiais decorre de vários fatores, entre os quais se destacam determinadas impressões individuais de quem comunica, que só serão bem-vindas no texto se forem utilizadas sob a forma de alerta para o destinatário da mensagem, ou seja: o público, o conjunto dos cidadãos ou outro órgão público, do Executivo ou dos outros Poderes da União.
- (C) O padrão culto não combina com a simplicidade de expressão, para não ser confundido com pobreza de expressão.
- (D) As comunicações que partem dos órgãos públicos federais devem ser compreendidas por todo e qualquer cidadão brasileiro.
- (E) Existe propriamente um **padrão oficial de linguagem**; uma vez que haverá preferência pelo uso de determinadas expressões ou obediência a certa tradição no emprego das formas sintáticas, razão por que se consagrou a utilização de linguagem burocrática, conhecida como o jargão burocrático.

Texto II, para responder às questões de 5 a 8.

Estatutos do homem

1 **Artigo I**

Fica decretado que agora vale a verdade. Agora vale a vida, e, de mãos dadas, marcharemos todos pela vida verdadeira.

4 **Artigo II**

Fica decretado que todos os dias da semana, inclusive as terças-feiras mais cinzentas, têm direito a converter-se em manhãs de domingo.

7 **Artigo III**

Fica decretado que, a partir deste instante, haverá girassóis em todas as janelas, que os girassóis terão direito a abrir-se dentro da sombra; e que as janelas devem permanecer, o dia inteiro, abertas para o verde onde cresce a esperança.

10 **Artigo IV**

Fica decretado que o homem não precisará nunca mais duvidar do homem. Que o homem confiará no homem como a palmeira confia no vento, como o vento confia no ar, como o ar confia no campo azul do céu.

19 Parágrafo único: O homem confiará no homem como um menino confia em outro menino.

22 **Artigo VI**

Fica estabelecida, durante dez séculos, a prática sonhada pelo profeta Isaías, e o lobo e o cordeiro pastarão juntos, e a comida de ambos terá o mesmo gosto de aurora.

25 **Artigo VII**

28 Por decreto irrevogável fica estabelecido o reinado permanente da justiça e da claridade, e a alegria será uma bandeira generosa para sempre desfraldada na alma do povo.

31 **Artigo IX**

Fica permitido que o pão de cada dia tenha no homem o sinal de seu suor. Mas que sobretudo tenha sempre o quente sabor da ternura.

34 **Artigo XI**

Fica decretado, por definição, que o homem é um animal que ama e que por isso é belo, muito mais belo que a estrela da manhã.

37 **Artigo Final**

40 Fica proibido o uso da palavra liberdade, a qual será suprimida dos dicionários e do pântano enganoso das bocas. A partir deste instante, a liberdade será algo vivo e transparente como um fogo ou um rio, e a sua morada será sempre o coração do homem.

Santiago do Chile, abril de 1964.

Thiago de Melo. **Faz escuro, mas eu canto**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 9ª ed., 198s, p. 19 (com adaptações).

QUESTÃO 5

Diz-se que há personificação quando houver atribuição de sentimentos, traços psicológicos e(ou) comportamento humanos a seres inanimados e a animais. Assinale a alternativa que apresenta exemplo de personificação no texto II.

- (A) “de mãos dadas, marcharemos todos pela vida verdadeira” (linhas 3 e 4).
- (B) “as janelas devem permanecer, o dia inteiro, abertas para o verde onde cresce a esperança” (linhas de 12 a 14).
- (C) “o homem confiará no homem como a palmeira confia no vento” (linhas 17 e 18).
- (D) “o lobo e o cordeiro pastarão juntos” (linhas 24 e 25).
- (E) “Fica decretado, por definição, que o homem é um animal que ama” (linhas 36 e 37).

QUESTÃO 6

Quanto à interpretação das ideias expostas no texto II, é **incorreto** afirmar que ele

- (A) apresenta reação à opressão sofrida pelo homem.
- (B) propõe a supremacia da justiça, sem semear revoltas, mas estimulando a esperança.
- (C) defende a prática da verdade, da confiança e da paz.
- (D) tem alicerces na esperança, na crença do homem como operador de transformações sociais.
- (E) elege como alvo as atitudes exteriores do homem, para que estas possam redundar em mudanças profundas na alma inquieta e inconformada do autor.

QUESTÃO 7

Quanto aos aspectos gramaticais e semânticos do texto II, assinale a alternativa correta.

- (A) Em virtude de sua finalidade normativa, o texto II caracteriza-se pela predominância de frases imperativas, com uso de vocabulário exclusivamente técnico, próprio da área legislativa e com sintaxe sofisticada.
- (B) Na frase “Mas que sobretudo tenha sempre o quente sabor da ternura.” (linhas 33 e 34), o autor faz relacionamento entre planos sensoriais diferentes.
- (C) Após as expressões “Fica permitido”, “Fica decretado” e “Fica estabelecida”, a vírgula deveria ser usada para conferir ênfase ao caráter normativo da frase.
- (D) O emprego predominante do verbo no tempo presente garante a firmeza e a imperatividade das determinações feitas no texto.
- (E) A palavra “sobretudo” (linha 33) poderia ser corretamente registrada como duas palavras, pois ela é a junção de sobre + tudo e significa **acima de tudo** (expressão com três palavras).

QUESTÃO 8

Considerando os textos I e II, assinale a alternativa que faz interpretação correta de passagens dos dois textos.

- (A) Ambos os textos fazem referência explícita à vida, à liberdade, à fraternidade, à justiça e à ternura.
- (B) O advérbio “agora”, no texto I (linha 15) e no II (linha 2), tem valor semântico de **contudo**.
- (C) Os dois textos dão um tratamento cientificamente neutro e objetivo ao tema, pois ambos legislam sobre questões de interesse de toda a humanidade.
- (D) A palavra “como” cria relação de conformidade, tanto no texto I (linha 17) quanto no II (linha 18).
- (E) A palavra “inclusive” é usada em ambos os textos (I, linha 32; II, linha 7) com o sentido de **até mesmo** e(ou) **especialmente**.

QUESTÃO 9

Maníaco de Luziânia é imaturo e agressivo, dizem laudos que alertavam possibilidade de novos crimes

(14/4/2010) Inseguro, imaturo e agressivo. Essas são características atribuídas a Adimar Jesus da Silva, que confessou ter matado, estuprado e enterrado seis jovens de Luziânia (GO) em laudos obtidos pela reportagem do **R7**.

Estudos psicológicos, de 2008 e 2009, dão conta de que o suspeito teve uma infância difícil. Natural de Serra Dourada, na Bahia, Silva é filho de lavradores pobres que não o deixaram ir à escola por não terem dinheiro para comprar material escolar. Desde criança, ele ajudava com o serviço da roça.

Internet: <www.r7.com>. Acesso em 13/5/2010.

Acerca da situação tratada no texto e de conhecimentos relativos ao assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) A não localização de todos os corpos dos seis jovens desaparecidos tem dificultado os trabalhos da polícia goiana, que continua as buscas a dois jovens, cujas mortes não foram ainda confirmadas, mesmo com a admissão de culpa por Adimar.
- (B) As investigações apontam para o envolvimento, de longa data, de Adimar Jesus com máfias ligadas ao trabalho escravo em estados do norte do Brasil.
- (C) Adimar já havia sido condenado e cumprido pena de prisão por atentado violento ao pudor, mas fugiu da prisão no Distrito Federal e evadiu-se para o município de Luziânia, onde cometeu os crimes citados.
- (D) O assassinato de Adimar Jesus por companheiros de cela, dias após o texto ter sido produzido, reflete as graves deficiências do sistema prisional brasileiro.
- (E) Alguns atos criminosos praticados por Adimar estão relacionados a um crime bastante discutido atualmente: a pedofilia.

QUESTÃO 10

A grande crise da economia global começa a ser percebida como uma série de eventos encadeados, mas imprevisíveis, sem que se conheça onde será o próximo ataque. A dívida pública dos EUA, Japão, Inglaterra, dos países da Zona do Euro, sobretudo os mediterrâneos, como Portugal, Espanha, Itália e Grécia, está entre o espanto e o terror.

Antônio Machado. **Europa em Chamas**. In: **Correio Braziliense**, 15/5/2010, p. 19 (com adaptações).

Acerca do tema abordado pelo texto e de outros a ele relacionados, assinale a alternativa correta.

- (A) A Inglaterra é mencionada separadamente dos países da Zona do Euro pelo fato de não integrar a União Europeia e, portanto, não utilizar o euro como moeda oficial.
- (B) Inferem-se do texto referências aos aspectos positivos do processo de globalização.
- (C) Todos os países da União Europeia integram a chamada Zona do Euro.
- (D) A Irlanda, juntamente com os países mediterrâneos citados no texto, integra o grupo chamado de *Piigs*, um acrônimo pejorativo semelhante ao inglês *pigs*, que significa porcos, e uma referência à sua fragilidade econômica.
- (E) Nos Estados Unidos, as medidas anticrise tomadas por Barack Obama, logo no início de seu mandato, ancoraram-se nos velhos dogmas do neoliberalismo das eras Reagan e Bush.

QUESTÃO 11

Hidrelétrica de Salto entra em operação

A Usina Hidrelétrica de Salto, localizada no Rio Verde, entre os municípios de Caçu e Itarumã, começou a produzir energia na noite da última quinta-feira, com metade de sua capacidade de 116 megawatts.

In: **O Popular**, 15/5/2010, p. 15.

Acerca do assunto tratado no texto, assinale alternativa **incorreta**.

- (A) Os impactos causados pela construção de usinas hidrelétricas não se restringem aos danos sofridos pela fauna e pela flora da região alagada; frequentemente atingem dimensão social e cultural, a exemplo do alagamento de áreas habitadas e da submersão de sítios arqueológicos.
- (B) No Brasil, o lento incremento da produção e do consumo de energia elétrica decorre, basicamente, do monopólio governamental na construção das usinas e na geração e distribuição de energia.
- (C) A energia gerada em uma usina nuclear é, assim como a gerada por uma usina movida a carvão mineral, um tipo de energia de origem termelétrica.
- (D) As novas tecnologias utilizadas na construção de usinas nucleares, que as tornam mais seguras e, portanto, menos propensas à ocorrência de acidentes, têm gerado um ressurgimento da energia nuclear no planeta nos últimos anos.
- (E) No Brasil, a produção de energia hidrelétrica ainda está longe do potencial que o país possui. Há grandes possibilidades de aumento da produção, em especial na Amazônia.

QUESTÃO 12

Considere que Pedro, membro do Ministério Público de Goiás há mais de 10 anos, seja condenado por homicídio culposo e esteja respondendo por improbidade administrativa. Com base nessa situação hipotética, Pedro

- (A) não poderia se candidatar ao cargo de presidente da associação da referida instituição.
- (B) poderá ser demitido por falta de decoro.
- (C) poderá ser candidato ao cargo de procurador-geral de justiça.
- (D) responderá, automaticamente, por processo administrativo.
- (E) não poderá fazer parte do Conselho Superior da instituição.

QUESTÃO 13

Considere que um servidor do Ministério Público de Goiás faça parte de uma sociedade comercial, um restaurante, em que participe da administração da referida empresa apenas fora do horário de expediente. Nessa situação, é correto afirmar, com base no estatuto do funcionário público civil de Goiás, que esse tipo de participação societária do funcionário é

- (A) terminantemente proibida.
- (B) possível, uma vez que não há incompatibilidade de horários.
- (C) vedada ao funcionário, mas não é considerada uma transgressão disciplinar grave.
- (D) transgressão disciplinar, mas não causa de demissão.
- (E) apenada com apreensão.

QUESTÃO 14

Com relação ao corregedor-geral do Ministério Público de Goiás, assinale a alternativa correta.

- (A) O corregedor-geral será escolhido entre os membros do Ministério Público, promotores e procuradores de justiça.
- (B) A escolha do corregedor-geral será feita no Conselho Superior e entre seus integrantes.
- (C) O Conselho de Procuradores de Justiça é o órgão responsável pela eleição do corregedor-geral que, para concorrer ao cargo, deve ter no mínimo 10 anos de carreira.
- (D) O corregedor-geral não poderá ser reeleito.
- (E) É atribuição do corregedor-geral fiscalizar o cumprimento das metas institucionais estabelecidas pela Procuradoria-Geral de Justiça, pelas Procuradorias de Justiça, pelas Promotorias de Justiça e pelos Centros de Apoio Operacional, decorrentes do Plano Estratégico.

QUESTÃO 15

Em relação ao Conselho Superior do Ministério Público de Goiás, é correto afirmar que

- (A) tem a atribuição de autorizar, atendida a necessidade do serviço e evidenciado o interesse da instituição, o afastamento de membro do Ministério Público vitaliciado, para, sem prejuízo de vencimentos e vantagens, frequentar curso ou seminário, de aperfeiçoamento ou estudos, no país ou no exterior, de duração máxima de 2 anos.
- (B) será composto pelo procurador-geral de justiça, que o presidirá, pelo corregedor-geral do Ministério Público, por dois procuradores de justiça e dois promotores de justiça eleitos, parte pelos promotores de justiça em exercício e parte pelo Colégio de Procuradores de Justiça, para mandato de 1 ano, vedada a reeleição, observado o procedimento legal.
- (C) incumbe-lhe velar pela observância dos princípios institucionais aplicados especialmente aos servidores públicos civis.
- (D) poderá tomar conhecimento dos relatórios do procurador-geral de justiça e do corregedor-geral do Ministério Público, a critério destes.
- (E) deverá dar posse aos promotores de justiça substitutos, desde que autorizado pelo Colégio de Procuradores de Justiça.

QUESTÃO 16

A respeito da Escola Superior do Ministério Público de Goiás (ESMP), é correto afirmar que

- (A) é dever da ESMP instituir curso de doutorado para candidatos ao ingresso na carreira do Ministério Público e serviços auxiliares.
- (B) a ESMP tem o dever de editar trabalhos jurídicos de qualquer profissional do direito.
- (C) o diretor da escola terá de acumular os cargos de membro do Ministério Público e diretor da escola.
- (D) a ESMP é órgão auxiliar do Ministério Público, dirigida por procurador de justiça ou promotor de justiça da mais elevada entrância, de livre escolha do procurador-geral de justiça.
- (E) o diretor da escola é escolhido pelo Conselho de Procuradores de Justiça.

QUESTÃO 17

O coordenador do Centro de Apoio Operacional tem como atribuição

- (A) remeter informações técnico-jurídicas, com caráter vinculativo, aos órgãos ligados à sua atividade.
- (B) prestar auxílio aos órgãos de execução do Ministério Público, na instrução de inquéritos civis ou na preparação e proposição de medidas processuais.
- (C) expedir atos normativos aos órgãos de execução.
- (D) firmar convênios, pessoalmente e sem designação, em nome da instituição.
- (E) realizar correições nas promotorias de justiça.

Nas questões de 18 a 20, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão, em português, e que o *mouse* está configurado para pessoas destros. Assim, a menos que seja explicitamente informado o contrário, expressões como clicar, clique simples e clique duplo referem-se a cliques com o botão esquerdo do *mouse*. Considere também que não há restrições de proteção e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios e *hardware* utilizados.

QUESTÃO 18

Ao selecionar determinada palavra de um texto no programa de edição de textos BrOffice Writer, um usuário percebeu que a caixa de escolha do nome da fonte na barra de ferramentas ficou em branco. Assinale a alternativa que explica corretamente o motivo dessa ocorrência.

- (A) O usuário utilizou o teclado em vez do *mouse* para selecionar a palavra.
- (B) A palavra selecionada possui mais de um tipo de fonte.
- (C) O computador está infectado por vírus e precisa ser formatado.
- (D) Ocorreu um problema com o BrOffice e este está se comportando de maneira incorreta.
- (E) A palavra selecionada possui mais de uma cor de fonte.

QUESTÃO 19

Considerando que um usuário está utilizando um computador cujo sistema operacional instalado é o Windows XP, versão Português, na sua configuração padrão de instalação, assinale a alternativa que demonstra corretamente uma utilização das funcionalidades desse sistema operacional.

- (A) Para configurar as Opções de acessibilidade, basta clicar o botão direito do *mouse* na área de trabalho e escolher o item Opções regionais no *menu* que aparece.
- (B) Para remover qualquer programa previamente instalado, é obrigatória a formatação do disco rígido e a reinstalação do Windows XP.
- (C) Para ver os *logs* e alertas de desempenho, basta, no Painel de controle, na pasta Ferramentas administrativas (exibição clássica), clicar o atalho Desempenho.
- (D) Em Opções do sistema no Painel de controle (exibição clássica), pode-se alterar o Fuso horário.
- (E) No item Teclado, do Painel de controle (exibição clássica), podem ser alteradas também as propriedades do *mouse*.

QUESTÃO 20

Com base nos conceitos e tecnologias relacionados à Internet e ao correio eletrônico, assinale a alternativa correta.

- (A) POP3 e IMAP são protocolos que determinam como as mensagens de correio eletrônico serão recuperadas do servidor.
- (B) Na Internet, URL é uma sigla que indica um endereço de correio eletrônico válido.
- (C) Para um usuário ler suas mensagens de correio eletrônico, ele deve sempre estar conectado à Internet.
- (D) O endereço **usuario\$empresa.com.br** é um exemplo de endereço de correio eletrônico válido.
- (E) Um arquivo só pode ser anexado a uma mensagem se a extensão dele for de um tipo conhecido pelo programa de correio eletrônico.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

QUESTÃO 21

O termo **identidade corporativa**, empregado por muitos autores das áreas de *marketing*, de comunicação e de *design*, refere-se

- (A) às representações mentais e convicções que os clientes formam sobre uma organização.
- (B) aos vários atributos e juízos que os clientes relacionam a uma organização.
- (C) ao conjunto de expressões dos valores, estratégias, produtos, serviços e ações que caracterizam uma organização.
- (D) à coerência e à coesão das imagens formadas pelos seus clientes.
- (E) às estratégias de posicionamento dos produtos e serviços de uma organização junto aos seus clientes.

QUESTÃO 22

Organizações de natureza pública devem gerenciar sua identidade de modo a preservar e fortalecer sua reputação e seu caráter institucional diante de outros setores da sociedade e da população. Acerca desse assunto, é correto afirmar que

- (A) a satisfação e a qualidade percebida das ações e comunicações da organização são as fontes que formam a sua reputação.
- (B) a gestão da identidade nas representações visuais da organização é o que torna sustentável a sua imagem e a sua reputação na sociedade.
- (C) o gerenciamento estratégico das imagens da organização, pelo controle das comunicações, garante sustentação à sua reputação.
- (D) a reputação conquistada deve ser o fundamento para a construção da identidade e da comunicação estratégica da organização.
- (E) a reputação constrói-se a partir da coerência das ações e expressões de sua marca, sintetizando suas diversas imagens.

QUESTÃO 23

A comunicação integrada pode ser descrita como

- (A) a vinculação da imagem da organização às atividades de comunicação.
- (B) a articulação estratégica das várias áreas de atividade de comunicação organizacional.
- (C) a ação de comunicação que objetiva agregar o público interno aos objetivos da organização.
- (D) uma política de comunicação para a construção de redes de parcerias organizacionais.
- (E) o atrelamento das ações de comunicação institucional à imagem da organização.

QUESTÃO 24

As ações de responsabilidade social que uma organização realiza têm efeitos diretos sobre

- (A) o posicionamento de sua marca, como um diferencial competitivo.
- (B) o valor da marca, aumentando seu ativo financeiro imaterial.
- (C) a percepção da qualidade de sua marca, isto é, a impressão acerca do posicionamento da marca.
- (D) as impressões dos clientes sobre a organização; portanto, sobre a imagem corporativa.
- (E) a estruturação de seu discurso organizacional e a definição dos benefícios de sua marca.

QUESTÃO 25

Assinale a alternativa que apresenta o nome da organização não governamental que visa promover a liberdade de expressão publicitária e defender as prerrogativas constitucionais da propaganda comercial e cuja missão é impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento ao consumidor ou a empresas.

- (A) Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)
- (B) Associação Brasileira de Propaganda (ABP)
- (C) Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)
- (D) Associação Brasileira das Agências de Propaganda (ABAP)
- (E) Associação Brasileira de Anunciantes (ABA)

QUESTÃO 26

Considere que o Ministério Público de Goiás pretenda comunicar à população do interior do estado o lançamento de um novo serviço à população. Além de empreender ações de assessoria de imprensa e relações públicas, de forma a obter divulgação gratuita, considere, ainda, que o órgão pretenda destinar uma verba reduzida para executar uma campanha. De acordo com os fatores custo e cobertura do público-alvo, assinale a alternativa que apresenta a combinação de meios de veiculação conceitualmente mais adequada para as necessidades comunicacionais do órgão.

- (A) Rádios AM e FM locais e *outdoors*.
- (B) Rádios AM e FM locais e emissoras de TV de alcance estadual.
- (C) Jornais locais e emissora aberta de TV nacional.
- (D) Jornal de alcance estadual e emissora aberta de TV de alcance estadual.
- (E) Rádio FM de alcance nacional.

QUESTÃO 27

A menos de três meses de seu lançamento, a coleta seletiva por estudantes das escolas da rede pública e da particular de ensino de Silvânia-GO alcançou o número de quase treze toneladas de material reciclável arrecadados. A campanha unificada foi lançada no dia 8 de março, com a adesão de 100% dos estabelecimentos de ensino do município, numa proposta dos articuladores sociais do Projeto Ser Natureza de agregar as iniciativas isoladas sobre o tratamento de resíduos no ambiente escolar. O Ser Natureza é uma iniciativa do Ministério Público de Goiás (MPGO) em parceria com a comunidade, que vem sendo desenvolvida em dez comarcas do estado.

Ministério Público do Estado de Goiás. **Coleta seletiva em Silvânia ultrapassa a marca de 12 toneladas: escolas com maior arrecadação são premiadas.** Internet: <<http://www.mp.go.gov.br>> (com adaptações). Acesso em 27/5/2010.

A iniciativa do MPGO é um exemplo de ação institucional que mostra a adoção de um princípio atualmente muito valorizado no discurso das organizações junto ao público externo. Assinale a alternativa que apresenta esse princípio.

- (A) segmentação de mercado
- (B) responsabilidade social
- (C) vantagem competitiva
- (D) defesa da livre iniciativa
- (E) satisfação do consumidor

QUESTÃO 28

Sequência de desenhos que indicam e orientam, visualmente, determinadas tomadas descritas no roteiro de um filme, anúncio ou programa a ser realizado.

Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa. **Dicionário de Comunicação.** São Paulo: Ática, 1987.

Assinale a alternativa correspondente ao conceito apresentado acima.

- (A) *layout*
- (B) *rough*
- (C) *story-board*
- (D) *check-list*
- (E) *teaser*

QUESTÃO 29

Considere que o MPGO resolveu adotar como princípio, no processo de comunicação com seu público, a comunicação integrada. Assinale a alternativa que apresenta o conjunto de vertentes comunicacionais que compõem esse princípio.

- (A) Comunicação institucional, comunicação administrativa, comunicação interna e comunicação mercadológica.
- (B) Comunicação institucional, comunicação administrativa, comunicação interna e comunicação rural.
- (C) Comunicação institucional, comunicação administrativa, comunicação interna e comunicação empresarial.
- (D) Comunicação institucional, comunicação interna, comunicação mercadológica e comunicação externa.
- (E) Comunicação institucional, comunicação administrativa, comunicação interna e comunicação visual.

QUESTÃO 30

Termo que designa, em mídia, a veiculação de menções ou aparições de um produto, serviço ou marca, de forma não ostensiva e aparentemente casual, em programa de televisão ou rádio, filme cinematográfico, espetáculo teatral etc.

Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa. **Dicionário de Comunicação.** São Paulo: Ática, 1987.

Esta é a definição de

- (A) comercial.
- (B) *spot*.
- (C) *marketing* de guerrilha.
- (D) *endomarketing*.
- (E) *merchandising*.

QUESTÃO 31

Considere que, para conhecer melhor a opinião da população a respeito de seu desempenho e aprimorar seus serviços, o Ministério Público de Goiás decidiu empreender uma pesquisa de baixo custo, em que se escolheria um grupo de pessoas representativas da comunidade para participar de uma reunião. Nessa reunião, os convidados estariam livres para expressar suas necessidades, hábitos, opiniões e sugestões a respeito do trabalho do órgão, o que seria coordenado por um hábil moderador. Essa reunião ocorreria apenas uma vez, seria documentada e duraria cerca de duas horas com um grupo de dez pessoas, em um ambiente simples e confortável. Assinale a alternativa que apresenta o tipo de pesquisa que designa a imaginada pelos gestores do órgão.

- (A) levantamento por entrevistas e questionários
- (B) experimento
- (C) painel de clientes
- (D) discussão em grupo (*focus group*)
- (E) entrevista em domicílio

QUESTÃO 32

É o levantamento de informações contendo as diversas instruções que o cliente fornece à agência para orientar seu trabalho de planejamento.

Marcélia Lupetti. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica.** São Paulo: Thomson Learning, 2007.

Assinale a alternativa à qual o conceito apresentado acima refere-se.

- (A) *rough*
- (B) *briefing*
- (C) *follow-up*
- (D) missão
- (E) *feedback*

QUESTÃO 33

Na última década, as possibilidades de uso de mídias digitais em campanhas publicitárias avançou a ponto de existirem agências especializadas nesse segmento. O conceito de *home page* como página institucional divulgada no *cyberspace* passou a ser uma complexa rede de possibilidades da qual fazem parte expressões como Twitter, *tweets*, *retweet*, Flickr, entre outros. Assinale a alternativa correta acerca dos termos em destaque.

- (A) O Twitter é uma espécie de *blog* pessoal em que podem ser postadas e transmitidas quaisquer mensagens de texto.
- (B) *Tweets* é como são conhecidos os textos postados no Twitter, e eles podem ter até 200 caracteres.
- (C) *Retweet* é uma função do Twitter que replica determinada mensagem de um usuário para sua lista de seguidores.
- (D) O Flickr é uma rádio pessoal em que são postados sons e textos.
- (E) Twitter, *tweets*, *retweet*, Flickr fazem parte do universo da geração z e não podem ser considerados como possibilidades de propagação.

QUESTÃO 34

Nada é mais como era antigamente

Estudo realizado pelo Instituto GFK revela dezesseis possíveis mudanças de hábito dos consumidores. Entre elas, destaca-se o comportamento das diferentes gerações e seu modo de lidar com a tecnologia.

In: **Correio Brasileiro**, Economia, 23/5/2010, p. 14 (com adaptações).

Ampliando essa discussão para o universo da direção de artes, peças de campanhas publicitárias e investimentos de recursos, é correto afirmar que as relações de consumo e informação vão dependendo cada vez mais das relações que os consumidores estabelecem em redes sociais na Internet, o que, em termos práticos, significa dizer que

- (A) o conceito de uma campanha, embora existam diversas mídias, pode ser transmitido com o uso de uma mesma arte, observando-se apenas os diferentes tamanhos e formatos de cada mídia ou suporte.
- (B) o desenvolvimento das peças que compõem uma campanha distinguem-se em três possibilidades em função das mídias de veiculação: sonora>rádio; imagética>impressa e digital>Internet e novas mídias.
- (C) o público-alvo de uma campanha é definido em seu planejamento estratégico. Entretanto, observa-se que, para atingir esse público, os suportes para informação estão cada vez mais variados e dependem de uma adaptação de linguagens para mídias específicas, por exemplo, uma página diagramada para o You Tube e uma ação de *marketing* em revista.
- (D) se torna necessário, cada vez mais, pensar a criação de forma ecológica. Dessa forma, cria-se em torno do consumidor uma rede de informação presente em diferentes mídias respeitando-se as características de linguagem em cada uma delas.
- (E) se observa, pensando a comunicação possível nas novas mídias, uma queda da estratégia, em detrimento do comportamento viral que essas novas mídias têm; assim, lança-se a informação no espaço cibernético, sem saber exatamente aonde elas vão chegar.

QUESTÃO 35

Com relação ao Photoshop, assinale a alternativa correta.

- (A) Uma máscara é um recurso que permite sobrepor duas imagens.
- (B) O termo **máscara** não faz parte dos comandos possíveis no Photoshop.
- (C) Mascaram um objeto significa construir um desenho vetorial em torno dele, com a ferramenta *laço* ou *lasso tool*.
- (D) O único motivo pelo qual se mascara um objeto no Photoshop é garantir que o fundo deste não apareça em *softwares* de diagramação, como o Indesign.
- (E) Máscaras são recursos utilizados para proteger, mostrar ou ocultar áreas de uma imagem. Podem ser vetoriais, construídas com a caneta ou *pen tool* e também com camadas; permitem realizar alguns procedimentos ou mesmo esconder o fundo de uma imagem.

QUESTÃO 36

No *design* gráfico, elementos como a escolha correta da gramatura do papel, o uso de combinação de cores e a escolha de determinada família de tipos acabam por construir a mensagem de uma peça publicitária. Dessa forma, um cartaz que tivesse formato A3, impresso em papel *craft* 350 g/m², com fonte Times New Roman, corpo 12, no qual a combinação de cores fosse C 100 Y 100 M 0 K 0 e C 0 Y 100 M 100 e K 0, poderia ser considerado como

- (A) moderno, pois suas cores são vibrantes e contrastantes; a tipografia é retilínea; e o tipo de papel, adequado e sofisticado.
- (B) de cunho ecológico, já que utiliza um papel que remete à reciclagem e uma das cores que o compõe é o próprio verde.
- (C) inadequado, pois a gramatura não permitirá que o cartaz seja fixado apenas com fita adesiva na parede, o tamanho da fonte não permitirá que a mensagem seja lida, e a combinação de cores complementares — verde e vermelho — causará fadiga.
- (D) uma excelente peça publicitária, pois foi utilizado um corpo de fonte ideal para o tamanho do cartaz.
- (E) moderno, pois o papel *craft* é translúcido e permite criações satisfatórias, apesar de a combinação de cores, azul marinho com laranja, não permitir leitura.

QUESTÃO 37

Com relação aos significados dos termos CSS, DIV, SWF e HTML, assinale a alternativa correta.

- (A) CSS = camada de estilos de uma página; DIV = uma *tag* específica da folha de estilos de uma página que substitui uma tabela; SWF = extensão do Flash possível de ser lida em um navegador; e HTML = linguagem de códigos básicos de uma página *web*.
- (B) CSS = camada de estilos de uma página; DIV = uma divisão de tarefas entre *designer* e diretor de criação; SWF = extensão do Flash possível de ser lida em um navegador; e HTML = linguagem de códigos básicos de uma página *web*.
- (C) CSS = camada de estilos de uma página; DIV = uma *tag* específica da folha de estilos de uma página que substitui uma tabela; SWF = *softwares web face*; e HTML = linguagem de códigos básicos de uma página *web*.
- (D) CSS = camada de estilos de uma página, DIV = uma *tag* específica da folha de estilos de uma página que substitui uma tabela; SWF = extensão do Flash possível de ser lida em um navegador; e HTML = única forma de compilação de códigos de uma página para *web*.
- (E) CSS = foi substituída pela XML; DIV = foi substituída por uma *tag table*; SWF = extensão do Flash possível de ser lida em um navegador; e HTML = linguagem de códigos básicos de uma página *web*.

QUESTÃO 38

Quanto à função de *softwares* para a produção de impressos e anúncios digitais, é correto afirmar que

- (A) não se pode fechar um arquivo de forma confiável utilizando-se o InDesign.
- (B) Corel Draw e Photoshop possuem funções semelhantes, mas são de fabricantes diferentes.
- (C) uma arte gráfica pode ser desenvolvida inteiramente utilizando-se o InDesign, mesmo que seja composta de imagens, ilustrações e fontes.
- (D) não é possível controlar o nível de cores em CMYK no Illustrator.
- (E) Corel Draw e Illustrator têm funções semelhantes; o Photoshop é indicado para tratamento de imagens, mas possui grande quantidade de funções; e o InDesign é um *software* de DTP.

QUESTÃO 39

Quanto à relação entre Web, *design* de páginas e publicidade, assinale a alternativa correta.

- (A) Embora existam mídias alternativas na Web, ela não é um nicho para a publicidade.
- (B) A função de um *banner* dentro de uma página é meramente institucional.
- (C) A diagramação de uma página Web pode ser pensada como a de uma página impressa.
- (D) Uma página Web não é interativa.
- (E) O *design* de uma página pode contribuir para a veiculação de mensagens publicitárias, funcionar como uma fonte de informações institucionais oficiais e conter anúncios *on-line*.

QUESTÃO 40

A linha fina de uma matéria publicada na revista **Publish**, edição n.º 100, 2009, p. 50, trazia o seguinte texto: **Empresas que sobreviveram à Lei Cidade Limpa em SP comemoram resultados, baseados na criatividade.** A matéria foi publicada em uma seção chamada *power sign* mídia *indoor*. Acerca desse assunto, é correto afirmar que

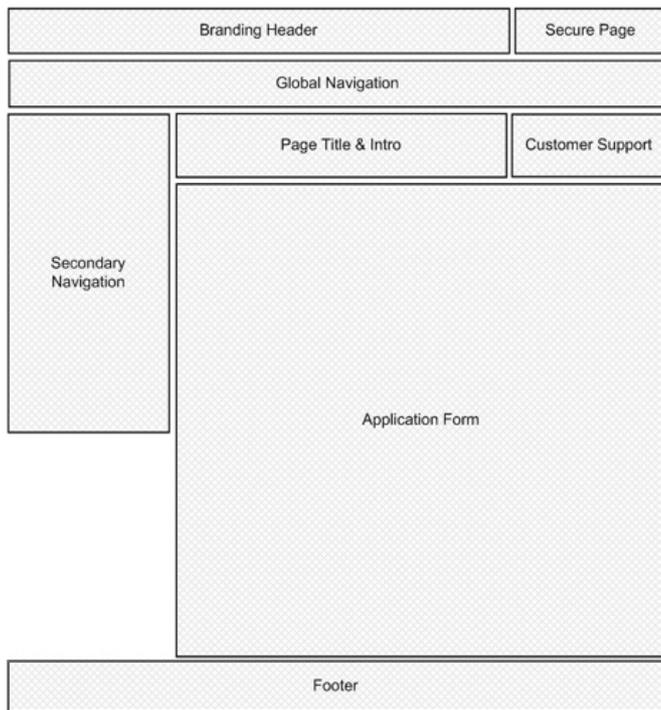
- (A) a Lei Cidade Limpa de São Paulo foi aplicada também em outras capitais brasileiras e restringia o uso da publicidade *indoor*.
- (B) o termo *power sign* designa um tipo de impressão *offset*.
- (C) a relação entre a Lei Cidade Limpa e o crescimento criativo no setor de *power sign* mídia *indoor* refere-se à migração de anúncios feitos nas ruas para o interior de *shoppings*, transportes e locais de grande circulação.
- (D) anúncios para mídia *indoor* complementam uma campanha e não necessitam de atenção específica em sua criação.
- (E) a revista *Publish* é específica do segmento de impressos e traz, em suas seções, reportagens relacionadas a *power sign*, máquinas de impressão em geral e cotações de preço.

QUESTÃO 41

O termo *marketing* viral refere-se à ideia de que pessoas acessarão e compartilharão conteúdos divertidos. Os anúncios virais podem ser feitos com humor, no formato de *videoclips* postados no You Tube e também em arquivos Flash enviados por *e-mail*. A forma como esses conteúdos espalham-se obedece à curva de uma epidemia e considera-se que nem todos os usuários repassam este tipo de anúncio, mas os que enviam arquivos virais novamente costumam reproduzi-los a uma taxa superior a um, o que torna a mensagem um fenômeno de acesso em pouco tempo. A respeito de propaganda viral, assinale a alternativa correta.

- (A) Um vírus infecta uma célula e é transportado por ela, assim como uma publicidade pode infectar um *site* e ser retransmitido por ele.
- (B) No texto acima, não se observou a questão do *astroturfing*, que é um termo utilizado para designar ações políticas ou publicitárias que tentam criar a impressão de que são movimentos espontâneos e populares.
- (C) Embora o texto o tenha tratado como viral, um *e-mail* com imagem não faz parte de uma campanha publicitária.
- (D) Utilizam-se outras ferramentas para fazer o que o texto está chamando de *marketing* viral, como, por exemplo, uma passeata de rua.
- (E) Publicidades que se utilizam de uma embalagem para divulgar um outro produto são consideradas virais.

QUESTÃO 42



A figura acima ilustra um típico *wireframe* enviado para a elaboração do *webdesign* de *home page*. Acerca desse assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) É possível criar a visualidade para um *wireframe* como este, utilizando-se o Maya ou um programa de 3D que codifique em html.
- (B) O campo *secure page* informa sobre o número de usuários que acessam o *site* naquele momento.
- (C) O setor *footer* ou rodapé é o mais indicado para veicular uma publicidade.
- (D) É possível desenvolver a visualidade para um *wireframe* como este, utilizando-se *softwares* — como o Photoshop, o Fireworks — integrados com o Dreamweaver.
- (E) O *wireframe* é como uma planta em que serão inseridas informações e imagens em um *site*; é recomendável que o *site* seja totalmente ocupado com imagens, sem nenhum espaço em branco.

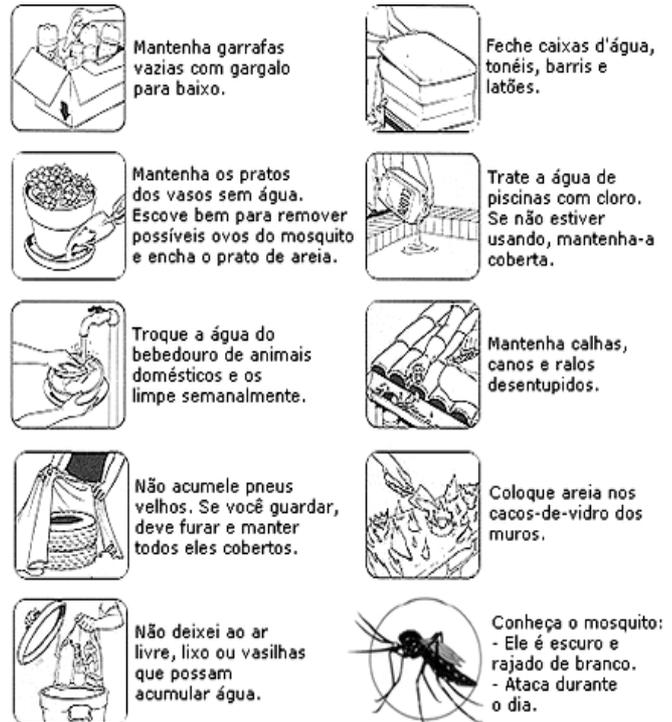
QUESTÃO 43

Em relação ao rádio como mídia, entende-se que ele teve seu potencial ampliado em função das novas tecnologias. A rádio Web, o *download* de música e o *PodCast* podem ser entendidos como exemplo dessa releitura do rádio. A respeito do *PodCast*, assinale a alternativa correta.

- (A) Os *PodCasts* surgiram da fusão de iPod (toca-MP3 da Apple) e *broadcast* (transmissão via rádio).
- (B) É possível sintonizar um *PodCast* em um *pen drive*.
- (C) Os *PodCasts* funcionam como uma rádio normal, acessam as estações AM e FM.
- (D) Existe a possibilidade de utilizar um DVD associado um *PodCast*.
- (E) Apesar de terem sido lançados em 1999, os *PodCasts* só ficaram conhecidos depois que a Apple lançou o iPhone.

QUESTÃO 44

A imagem a seguir mostra formas de se prevenir a dengue.



Internet: <www.bioseta.com.br/noticias>. Acesso em 20/5/2010.

Considerando a imagem acima — traço e tipografia —, assinale a alternativa correta.

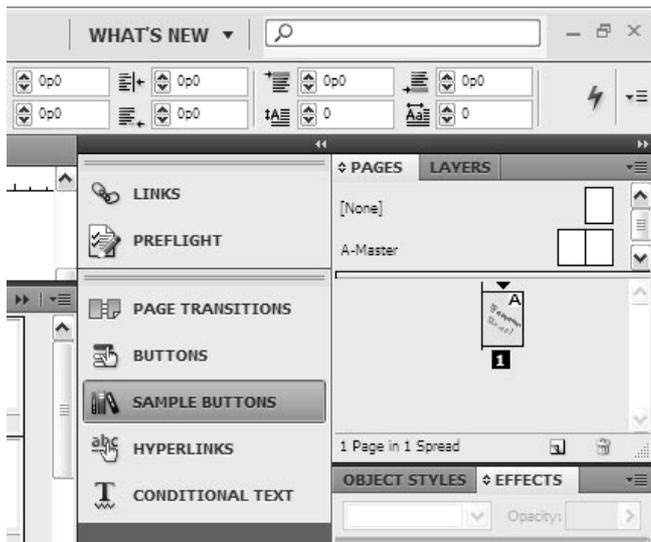
- (A) Apenas a sequência de imagens já permite ao receptor emitir juízo de valor sobre cada um dos atos, dispensando os textos existentes e outros que pudessem complementar o impresso.
- (B) Embora pouco envolvente e pouco emocionante, um panfleto como a imagem acima tem a vantagem de ser de baixo custo e, em uma situação de emergência, permitir alta velocidade de produção e de informação.
- (C) O panfleto é composto por fotografias, textos alinhados à direita e escritos na fonte Times New Roman, corpo 16.
- (D) A imagem acima é um *story-board* e não corresponde a um impresso; percebe-se isso pela sequência clara de imagens e pela impressão do tempo de um anúncio em vídeo.
- (E) O formato acima é muito utilizado em *banners* e *gifs* animados na Web.

QUESTÃO 45

A função de uma tabela de *Pantone* é

- (A) fornecer cores prontas que não precisam ser elaboradas a partir de uma composição das cores CMYK.
- (B) encontrar porcentagens corretas dos valores de CMYK.
- (C) verificar as formas de composição de cores em CMYK e RGB.
- (D) traduzir as porcentagens ideais de cores entre sistema de luz e tinta.
- (E) identificar quais composições mais se adequam a um impresso.

QUESTÃO 46



A figura acima ilustra uma tela do Indesign, *software* utilizado para diagramação de impressos. Nessa tela, o termo A-Master

- (A) designa uma página dupla.
- (B) designa a frente e o verso de um impresso.
- (C) representa a quantidade de páginas de um documento.
- (D) significa página mestra, ou página com as informações de um livro, por exemplo, que se repetirão ao longo do documento.
- (E) significa camada de páginas em uma página anterior.

QUESTÃO 47



Internet: <<http://img240.imageshack.us/i/26a.jpg/>>.
Acesso em 20/5/2010.

A figura acima mostra uma ilustração produzida no *software* Photoshop. Observando-a, é correto afirmar que a ilustração

- (A) demonstra um grande apuro de técnica e tenta reproduzir o uso de tintas e pincéis.
- (B) permite verificar o uso conjunto de *softwares*, como o Corel Draw, o Photoshop e o Illustrator.
- (C) foi confeccionada manualmente e, depois, escaneada.
- (D) foi feita com filtros do Photoshop.
- (E) pode ser produzida facilmente, acrescentando-se *Brushes* às pontas do Photoshop.

QUESTÃO 48

Acerca das peças publicitárias utilizadas em promoções, assinale a alternativa correta.

- (A) Um *stopper* faz parte de um enxoval de promoção, necessita de faca especial para ser confeccionado e obedece à mesma estética de criação que a campanha impressa de um produto.
- (B) Um *display* pode ser adesivado no chão de um PDV ou mesmo em suas paredes.
- (C) A sigla PDV designa ponto de *advertising* e corresponde ao lugar onde ocorrerá a demonstração de um produto publicitário.
- (D) A produção gráfica das peças de uma promoção normalmente é feita no sistema *silk screen* por se tratar de peças únicas ou em pouca escala.
- (E) A agência de publicidade W/Brasil atualmente desenvolve campanhas promocionais e abandonou os outros segmentos de publicidade e propaganda.

QUESTÃO 49

O Illustrator é uma ferramenta de ilustração e desenho vetorial muito utilizada em agências de publicidade, estúdios de *design* e *bureaus* de serviço. Embora seja considerado um programa bidimensional, é possível criar efeitos tridimensionais, com uso de algumas ferramentas do *software*. Com relação a esse assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) No Illustrator, é possível dar a impressão de volume, utilizando-se o efeito de *composition*, que reduz a sensação de cor chapada e garante nuances de cores, permitindo a percepção de volume em um objeto.
- (B) A ferramenta 3D Revolve Options permite girar em 360° uma face em torno de um eixo e produzir objetos em 3D.
- (C) A opção de mapeamento de gradientes é a ferramenta mais adequada para aproximar um desenho com linhas retas de um objeto tridimensional.
- (D) É possível gerar um objeto 3D no Illustrator utilizando-se a opção *jump to Maya*, presente desde a versão CS2.
- (E) A ferramenta 3D Revolve Options permite girar em até 180° uma face em torno de um eixo e produzir objetos em 3D.

QUESTÃO 50

A frase **Ao falar, cuidado para não engolir** foi um *slogan* utilizado em um anúncio impresso em página de revista e premiado pelo clube Folha em 2002. Assinale a alternativa que apresenta a descrição de um anúncio no qual esse *slogan* possa, perfeitamente, ser utilizado.

- (A) Publicidade em página central de uma revista em que o produto anunciado seja uma certa marca de goma de mascar. A frase estaria no canto superior esquerdo e, no canto inferior direito, estaria uma ilustração perfeita do produto já mascado.
- (B) Publicidade de um aparelho dentário, com linhas suaves e minúsculas, anunciado na página dois de uma revista de moda.
- (C) Anúncio publicitário de uma empresa que fornece *hashis* para restaurante japonês e chinês, em uma revista para o seguimento de supermercado.
- (D) Anúncio de telefone celular com tamanho reduzido.
- (E) A arte perfeita para o *slogan* acima seria a de um *body piercing* de língua, e o produto anunciado seria a própria joia.

PROVA DISCURSIVA

ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DAS RESPOSTAS DAS QUESTÕES

Para responder às questões discursivas, atente para as seguintes orientações:

- As questões discursivas têm o objetivo de avaliar os conhecimentos específicos acerca do conteúdo proposto e, ainda, a capacidade de expressão na modalidade escrita e o uso das normas do registro formal culto da língua portuguesa. O candidato deverá produzir, a partir do tema proposto, um texto, com extensão máxima de 20 (vinte) linhas, primando pela clareza, precisão, consistência, concisão e aderência às normas do registro formal.
- Cada texto deverá ser manuscrito, em letra legível, com caneta esferográfica de tinta preta ou azul, fabricada com material transparente, não sendo permitida a interferência e(ou) a participação de outras pessoas.
- As **folhas de texto definitivo** não poderão ser assinadas, rubricadas nem conter qualquer palavra ou marca que identifique o candidato, sob pena de anulação do texto. Assim, a detecção de qualquer marca identificadora nos espaços destinados à transcrição de texto definitivo acarretará a anulação do texto.
- As **folhas de texto definitivo** serão o único documento válido para avaliação da prova discursiva. As folhas para rascunho neste caderno são de preenchimento facultativo e não servirão para avaliação.

REFERÊNCIAS PARA AVALIAÇÃO DAS QUESTÕES

- Em casos de fuga ao tema, de não haver texto e(ou) de haver marca de identificação em local indevido, será atribuída nota zero à questão avaliada.
- No texto avaliado, a apresentação textual, a estrutura textual e o desenvolvimento do tema totalizarão a nota relativa ao domínio do conteúdo (ND).
- A avaliação do domínio da modalidade escrita da língua portuguesa totalizará o número de erros (NE) do candidato, considerando-se aspectos como acentuação, grafia, pontuação, concordância, regência, morfossintaxe, propriedade vocabular e translineação.
- Será computado, por questão, o número total de linhas (TL) efetivamente escritas pelo candidato.
- Será desconsiderado, para efeito de avaliação, qualquer fragmento de texto que for escrito fora do local apropriado e(ou) que ultrapassar a extensão máxima de 20 (vinte) linhas em cada questão.
- Será calculada a nota em cada questão (NQ_1 e NQ_2) do seguinte modo: $NQ_1 = ND_1 - ((NE_1/TL_1) \times 3)$; $NQ_2 = ND_2 - ((NE_2/TL_2) \times 3)$.
- Dessa forma, será calculada a nota na prova discursiva (NPD) do seguinte modo: $NPD = NQ_1 + NQ_2$.

QUESTÃO 1

O *jingle* a seguir foi desenvolvido para o refrigerante XX, para ser veiculado no rádio e na TV durante a Copa do Mundo de 2002:

Em todo lugar
Pelas ruas do país
tá todo mundo junto
Na vontade de ser feliz

Dribla com o coração
E na garganta o grito de gol
Essa magia sacode o brasileiro
Levanta a galera
Deixa todo mundo a mil

É a torcida do Brasil
Futebol e paixão
É bola na rede
É XX na mão.

Suponha que, em 2010, a campanha seja relançada para um público-alvo com as seguintes características e hábitos:

- 90% acompanharam as informações da copa pela TV;
- 50% acompanharam também pela Internet;
- 45% têm idade entre 16 e 30 anos;
- 70% são homens;
- 70% possuem celulares;
- 42% são usuários do Twitter;
- 38% são usuários do Orkut;
- 28% acessam o You Tube.

Considerando as características do público-alvo e o incisivo uso das mídias digitais, redija um texto que aborde, necessariamente, os seguintes tópicos:

- (a) um *slogan* adequado à campanha do refrigerante XX extraído do *jingle*;
- (b) descrição das etapas de criação da campanha, considerando o *jingle* e o *slogan* elaborado: conceito, peças, relação entre peças e mídias;
- (c) descrição das etapas de produção gráfica, produção de mídias audiovisuais e digitais.

1	
5	
10	
15	
20	

RASCUNHO

QUESTÃO 2

Todos os dias, toneladas de faixas de tecido são retiradas das ruas por fiscais da prefeitura municipal de uma determinada cidade. São faixas com divulgação de aniversários, festas, empresas, serviços e todo tipo de informações. Por serem de baixo custo e de caráter temporário, as faixas de tecido são muito utilizadas por pessoas físicas e jurídicas para suprir eventuais necessidades de comunicação. A utilização dessa peça publicitária no espaço público, porém, é proibida. Preocupados com o desrespeito ao código de posturas da cidade quanto a essa prática, os gestores do Ministério Público decidiram empreender ações de propaganda, alertando a população acerca de tal prática delituosa. A verba para a campanha ainda não foi definida, mas o órgão necessita, inicialmente, de um planejamento de comunicação para ela.

Com base nessa situação hipotética e buscando a máxima eficácia de comunicação, na condição de técnico publicitário do órgão, redija um texto que aborde, necessariamente, os seguintes tópicos:

- (a) estratégias de comunicação que deverão ser empregadas para comunicar a mensagem pretendida pelo órgão, com a apresentação sucinta das ações que serão adotadas e a definição do público-alvo; e
- (b) mídias escolhidas para a campanha, com a discriminação do público-alvo de cada uma e justificativas para a escolha de cada mídia.

1	
5	
10	
15	
20	

RASCUNHO