



# INSTRUÇÕES

## LEIA COM ATENÇÃO

1. Este Caderno de Prova, com páginas numeradas de 1 a 15, é constituído de **40 (quarenta)** questões objetivas, cada uma com **4 (quatro)** alternativas, assim distribuídas:

01 a 10 – Língua Portuguesa

11 a 20 – Informática

21 a 40 – Conhecimentos Específicos

2. Caso o Caderno de Prova esteja incompleto ou tenha qualquer defeito de impressão, solicite ao fiscal que o substitua.

3. **Sobre a Marcação do Cartão de Respostas**

**As respostas deverão ser transcritas com caneta esferográfica de tinta azul ou preta não porosa, fabricada em material transparente, para o Cartão de Respostas, que será o único documento válido para correção.**

- 3.1. Para cada questão existe apenas uma alternativa que a responde acertadamente. Para a marcação da alternativa escolhida no **CARTÃO DE RESPOSTAS**, pinte **completamente** o círculo correspondente.

*Exemplo: Suponha que para determinada questão a alternativa C seja a escolhida.*

N.º da Questão
<input type="radio"/> A
<input type="radio"/> B
<input checked="" type="radio"/>
<input type="radio"/> D

- 3.2. Marque apenas uma alternativa para cada questão.

- 3.3. Será invalidada a questão em que houver mais de uma marcação, marcação rasurada ou emendada, ou não houver marcação.

- 3.4. Não rasure nem amasse o **CARTÃO DE RESPOSTAS**.

4. Todos os espaços em branco, neste caderno, podem ser utilizados para rascunho.

5. A duração da prova é **4 (quatro)** horas, já incluído o tempo destinado ao preenchimento do **CARTÃO DE RESPOSTAS**.

6. Somente após decorridas **2 horas e 30 minutos** do início da prova, o candidato, depois de entregar seu Caderno de Prova e seu Cartão de Respostas, poderá retirar-se da sala de prova. O candidato que insistir em sair da sala de prova antes desse tempo deverá assinar **Termo de Ocorrência** declarando sua desistência do concurso.

7. Será permitida a saída de candidatos levando o Caderno de Prova somente **na última meia hora** de prova.

8. Na página **15** deste Caderno de Prova, encontra-se a **Folha de Anotação do Candidato**, a qual poderá ser utilizada para a transcrição das respostas das questões objetivas. Essa folha poderá ser levada pelo candidato para posterior conferência com o gabarito somente após decorridas **2 horas e 30 minutos** do início da prova.

9. Após o término da prova, o candidato deverá, obrigatoriamente, entregar ao fiscal o **CARTÃO DE RESPOSTAS** devidamente assinado e preenchido.

# LÍNGUA PORTUGUESA

**INSTRUÇÃO: Leia o trecho abaixo e responda às questões 01 e 02.**

Os filósofos enfrentam a morte e a sua própria morte de muitas maneiras: os estoicos, desprezando-a; os platônicos, afirmando a imortalidade da alma; os religiosos, admitindo a ressurreição, como o cristão, ou a identificação com o Absoluto, como os budistas; os existencialistas, considerando que a morte define a nossa existência, o que leva alguns à angústia e outros a uma consideração e valorização mais cuidadosa da vida.

## **QUESTÃO 01**

Em relação à construção argumentativa do trecho, analise as afirmativas.

- I - A referência feita aos estoicos, aos platônicos, aos religiosos e aos existencialistas apresenta-se como prova, argumento da tese dada no início do texto.
- II - Os argumentos dados no trecho funcionam de modo a exemplificar a tese do locutor e, assim, a fundamentam.
- III - A tese apresentada no trecho volta-se ao início do pensamento filosófico, haja vista os exemplos que a fundamentam.

Está correto o que se afirma em

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

## **QUESTÃO 02**

A pontuação revela-se muito importante na construção desse trecho. Sobre sinais de pontuação usados, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- ( ) A vírgula, usada inúmeras vezes no trecho, propicia maior expressividade às ideias, interferindo na melodia e na entonação.
- ( ) O uso dos sinais : e ; (dois pontos e ponto e vírgula) conferem ao trecho organização, logicidade, contribuindo para o entendimento do leitor.
- ( ) A vírgula, após *estoicos, platônicos, religiosos e existencialistas*, é mecanismo coesivo de elipse, retomando o sentido de “enfrentar a morte”.
- ( ) No segmento *os existencialistas, considerando que a morte define a nossa existência, o que leva alguns à angústia e outros a uma consideração e valorização mais cuidadosa da vida.*, as vírgulas não são sintaticamente necessárias.

Assinale a sequência correta.

- (A) V, V, F, F
- (B) F, V, V, F
- (C) V, F, F, V
- (D) F, F, V, V

**INSTRUÇÃO: Leia o fragmento abaixo e responda às questões de 03 a 05.**

Não há registros de campanha na primeira eleição realizada no país, em 23 de janeiro de 1532, para o Conselho Municipal de São Vicente, São Paulo. Apenas conchavos. Seis representantes foram escolhidos pelos votantes por ser “homens bons”, expressão um tanto ampla que designava gente qualificada pela linhagem familiar. Pode-se dizer que o marketing político propriamente dito só começou a aparecer no fim do Império, quando desenhos de “capoeiras” (homens que conheciam a capoeira, esporte ilegal na época) eram usados em cartazes para afugentar os eleitores do grupo opositor. Mas a principal revolução no jeito de fazer campanha política ocorreu em 1914, na sétima eleição presidencial. Surgiu nas ruas do Rio de Janeiro uma marchinha contra o presidente Marechal Hermes da Fonseca, popularmente chamado de Dudu, atacado pelos opositores com o primeiro jingle do Brasil: “Ai, Philomena / Se eu fosse como tu / Tirava a urucubaca / Da careca do Dudu”.

Até hoje, o jingle político funciona como pilar das campanhas eleitorais, um formato sucinto e grudento para unir meio e mensagem, ataque e autopromoção. As eleições de 2014 deverão gerar uma nova onda na comunicação, parecida com a introdução dos jingles, capaz de mudar o jeito de fazer política e influenciar diretamente no voto. São as campanhas na mídia social, forjadas para levantar candidatos e derrubar adversários com o uso de memes, selfies, vídeos virais e hashtags.

(VEJA, 08/2014.)

---

### **QUESTÃO 03**

---

Sobre o texto, analise as afirmativas abaixo.

- I - O trecho *o marketing político propriamente dito só começou a aparecer no fim do Império* pode ser tomado como verdadeiro, visto o uso da expressão *Pode-se dizer* e não haver provas de tal fato antes desse tempo.
- II - Considerar o jingle como *pilar das campanhas eleitorais* significa afirmar que esse tipo de marketing é a peça mais importante de uma campanha política, a única que seguramente elege um candidato.
- III - O jingle é denominado *sucinto e grudento*, pois os candidatos que o usam em suas campanhas o fazem por serem alongados, mas fáceis de cantar.
- IV - *A nova onda na comunicação* prevista para as eleições de 2014 pode ser comparada com o surgimento dos jingles à medida que usa instrumentos rápidos e fáceis de memorizar.

Estão corretas as afirmativas

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

---

### **QUESTÃO 04**

---

A argumentação em um texto é construída também com recursos linguísticos apropriados. Sobre os recursos usados no texto, assinale a afirmativa correta.

- (A) O uso da conjunção *mas* em *Mas a principal revolução* imprime a ideia de que antes de 1914 não houve revolução nas campanhas políticas.
- (B) Dependendo do contexto, a expressão *Até hoje* marca o tempo da realização de algo; no texto, de algo que não havia sido realizado antes.
- (C) *Apenas conchavos*. constitui uma frase sem verbo, o que torna a ideia mais forte, pois elipticamente lê-se há registros de conchavos.
- (D) O uso dos termos estrangeiros *memes*, *selfies* e *hashtags* empobrece o texto, visto que não são aceitos pelas normas cultas da língua portuguesa.

## QUESTÃO 05

A respeito de formas verbais utilizadas no texto, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- ( ) No trecho *homens que conheciam a capoeira*, o tempo do verbo conhecer indica que essa ação se prolongava no passado, na época referenciada no texto.
- ( ) Para haver correlação formal entre os dois tempos verbais no trecho *Se eu fosse como tu / Tirava a urucubaca*, o verbo tirar deveria estar na forma tiraria.
- ( ) A expressão verbal *eram usados* pode ser substituída por *usavam-se*, ficando quando desenhos de “capoeiras” (homens que conheciam a capoeira, esporte ilegal na época) *usavam-se*.
- ( ) Em *Surgiu nas ruas do Rio de Janeiro uma marchinha*, a forma verbal empregada refere-se a um fato ocorrido no passado anterior a outro fato também no passado.

Assinale a sequência correta.

- (A) V, V, V, F
- (B) V, V, F, F
- (C) F, F, V, V
- (D) V, F, F, F

**INSTRUÇÃO: Leia o texto do grande poeta mato-grossense Manoel de Barros, em Memórias inventadas: a infância, e responda às questões 06 e 07.**

Hoje eu completei oitenta e cinco anos. O poeta nasceu de treze. Naquela ocasião escrevi uma carta aos meus pais, que moravam na fazenda, contando que eu já decidira o que queria ser no meu futuro. Que eu não queria ser doutor. Nem doutor de curar nem doutor de fazer casa nem doutor de medir terras. Que eu queria ser fraseador. Meu pai ficou meio vago depois de ler a carta. Minha mãe inclinou a cabeça. Eu queria ser fraseador e não doutor. Então, o meu irmão mais velho perguntou: Mas esse tal de fraseador bota mantimento em casa? Eu não queria ser doutor, eu só queria ser fraseador. Meu irmão insistiu: Mas se fraseador não bota mantimento em casa, nós temos que botar uma enxada na mão desse menino pra ele deixar de variar. A mãe baixou a cabeça um pouco mais. O pai continuou meio vago. Mas não botou enxada.

## QUESTÃO 06

A respeito das ideias expressas no texto, assinale a afirmativa correta.

- (A) Em *Meu pai ficou meio vago depois de ler a carta.*, pode-se inferir que o pai era contra o querer do poeta.
- (B) A figura do irmão mais velho representa a realidade do poeta, seu amor pelas palavras e pela poesia.
- (C) O trecho *O poeta nasceu de treze* sugere que Manoel de Barros iniciou a poetar aos treze anos de idade.
- (D) A preocupação da família do poeta pela sobrevivência pode ser inferida do trecho *A mãe baixou a cabeça um pouco mais. O pai continuou meio vago. Mas não botou enxada.*

## QUESTÃO 07

*Naquela ocasião escrevi uma carta aos meus pais, que moravam na fazenda, contando que eu já decidira o que queria ser no meu futuro. Que eu não queria ser doutor.* Nesse trecho, há ocorrência da palavra **que** em quatro situações linguísticas. Sobre o uso em cada situação, assinale a afirmativa correta.

- (A) Na primeira situação, *que* se refere aos pais do poeta, sendo, portanto, pronome relativo.
- (B) A palavra *que*, na segunda situação, serve para ligar o verbo contar ao pronome eu, assim é uma preposição.
- (C) Na terceira situação, a palavra *que* tem o sentido de aquilo, portanto é um pronome demonstrativo.
- (D) A palavra *que*, iniciando a frase, liga-se ao verbo contar, estabelecendo relação entre as duas frases, logo é um pronome relativo.

**INSTRUÇÃO:** Leia um trecho de *A civilização das selfies*, de Dagomir Marquesi, publicado na revista *Info*, setembro de 2014, e responda às questões de 08 a 10.

O teatro é uma instituição cheia de tradições. Uma dessas tradições faz o público esperar, no fim de um espetáculo, os atores saírem dos camarins para uma sessão de autógrafos. Alguns costumavam fugir pela porta lateral. Outros enfrentavam os fãs, tentando disfarçar o cansaço.

O jornal britânico *The Times* registrou uma mudança nessa tradição. Agora, em muitos teatros de Londres, os atores terminam a peça e se entregam às selfies com os fãs. E fazem isso com o maior prazer. A diferença entre o autógrafo e a selfie? O autógrafo some no bolso. A selfie é postada nas redes sociais. E isso gera propaganda gratuita para a peça.

Vivemos a civilização da selfie. Não basta viver, é preciso registrar fotograficamente onde e com quem você estava. E mostrar isso para o maior número possível de pessoas. Isso é uma crítica? De jeito nenhum. É um fato. Como no caso dos teatros londrinos, mudou a realidade para melhor.

[...]

Ninguém faz selfies de momentos tristes, de derrotas, de humilhação. Ninguém divulga imagens quando está por baixo, quando é traído. Queremos mostrar sempre os melhores momentos. E acabamos criando um certo clima de euforia artificial nas redes sociais.

### **QUESTÃO 08**

Sobre o texto, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- ( ) Nem todos os atores de teatro se dispunham a, no final da peça, conversar com os fãs.
- ( ) Com o surgimento das selfies, muitos atores de teatro se veem impedidos a atender os fãs no final da peça.
- ( ) O jornal *The Times* se responsabilizou pela mudança de atitude dos atores no final da peça no sentido de falar com os fãs.
- ( ) Em termos de marketing, não há qualquer diferença entre ceder autógrafos aos fãs e fazer selfies com os fãs no final da peça.

Assinale a sequência correta.

- (A) V, F, F, V
- (B) F, F, V, F
- (C) F, V, V, F
- (D) V, V, F, F

### **QUESTÃO 09**

Em relação a recursos linguísticos e discursivos empregados no texto, analise as afirmativas.

- I - Os pronomes *alguns* e *outros*, no primeiro parágrafo, exercem a função de elementos coesivos que substituem vocábulo já expresso no texto.
- II - O articulista usou no texto a primeira pessoa do plural, a exemplo de *vivemos* e *queremos*, de modo a se inserir no assunto trabalhado para convencer o leitor de que ele não faz selfies.
- III - O pronome *isso*, no segundo parágrafo, como elemento coesivo, retoma ideia anterior, a de os atores fazerem selfies com os fãs no final da peça.
- IV - O articulista faz perguntas e as responde na sequência, no segundo e no terceiro parágrafos, como estratégia argumentativa para orientar a leitura e obter adesão do leitor quanto ao que expõe.

Está correto o que se afirma em

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

---

## QUESTÃO 10

---

Assinale o fato que **NÃO** caracteriza, segundo o texto, a civilização das selfies.

- (A) Mostrar o sucesso ou o insucesso pessoal por meio das selfies.
- (B) Fazer registro fotográfico dos atos da pessoa.
- (C) Obter reconhecimento público por meio das selfies.
- (D) Provocar mudança da realidade para melhor.

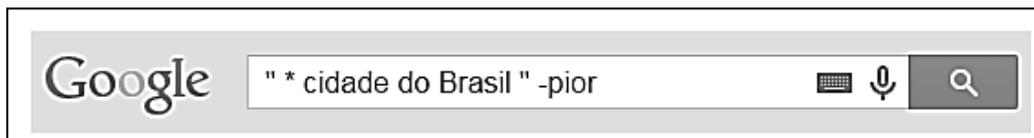
## INFORMÁTICA

---

## QUESTÃO 11

---

A figura abaixo apresenta a caixa de pesquisa do Google com uma expressão a ser pesquisada.



De acordo com a figura, assinale a alternativa que apresenta apenas expressões exibidas nos resultados de pesquisa retornados pela busca.

- (A) pior cidade do Brasil, cidade do Brasil pior, menor cidade do Brasil.
- (B) cidade pior do Brasil, pior cidade do Brasil, cidade do Brasil pior.
- (C) maior cidade do Brasil, melhor cidade do Brasil, primeira cidade do Brasil.
- (D) melhor cidade do Brasil, maior cidade do Brasil, pior cidade do Brasil.

---

## QUESTÃO 12

---

Sobre o Firewall do Windows 7, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- ( ) Um firewall pode ajudar a impedir que hackers ou softwares mal-intencionados obtenham acesso ao computador por meio de uma rede ou da Internet.
- ( ) É possível modificar as configurações do firewall do Windows 7 para cada um dos tipos de rede utilizados, sendo eles: Rede Doméstica, Rede de Trabalho, Rede Pública ou Domínio.
- ( ) Quando o Firewall do Windows está ativado, a maioria dos programas fica impedida de se comunicar pela rede, sendo possível que tal comunicação seja feita apenas se o Firewall for desabilitado.
- ( ) Recomenda-se, por padrão, que o Firewall do Windows fique desabilitado, caso contrário, se for necessário desativá-lo, é preciso realizar uma reinstalação do Windows.

Assinale a sequência correta.

- (A) V, F, V, F
- (B) F, F, V, V
- (C) F, V, F, V
- (D) V, V, F, F

---

## QUESTÃO 13

---

Assinale a alternativa que apresenta apenas itens que compõem a Unidade Central de Processamento (UCP).

- (A) Unidade Lógica e Aritmética e Unidade de Controle
- (B) Registradores e Disco Rígido
- (C) Placa Mãe e Placa de Vídeo
- (D) Unidade Lógica e Aritmética e Placa-Mãe

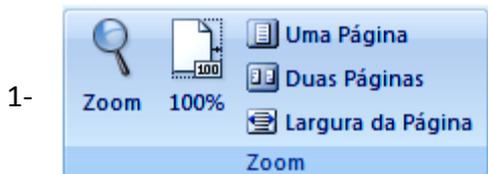
## QUESTÃO 14

O que define as chances de um ataque na Internet ser ou não bem sucedido é o conjunto de medidas preventivas tomadas pelos usuários, desenvolvedores de aplicações e administradores dos computadores, serviços e equipamentos envolvidos. Uma das partes que cabe ao usuário da Internet é proteger os seus dados. Ao fazer isso, ele estará contribuindo para a segurança geral da Internet, pois

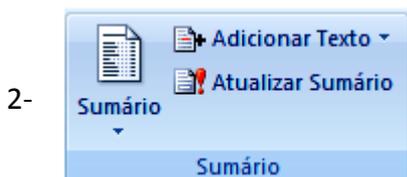
- (A) quanto maior a quantidade de computadores vulneráveis e infectados, maior será a potência dos vírus.
- (B) quanto mais os usuários usarem criptografia para proteger os dados transmitidos, menores serão as chances de tráfego em texto claro ser interceptado por atacantes.
- (C) quanto menos consciente dos mecanismos de segurança o usuário estiver, maiores serão as chances de sucesso dos atacantes.
- (D) quanto maior a quantidade de vulnerabilidades existentes no computador do usuário, maiores serão as chances de ele ser invadido ou infectado.

## QUESTÃO 15

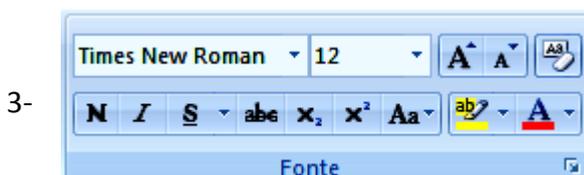
A coluna da esquerda apresenta ferramentas do Microsoft Word 2007, em sua configuração padrão de instalação, e a da direita, as guias/abas onde elas são encontradas. Numere a coluna da direita de acordo com a da esquerda.



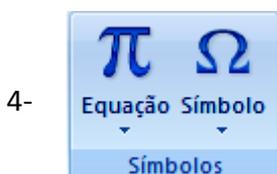
( ) Início



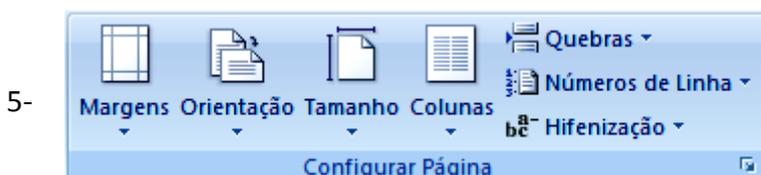
( ) Inserir



( ) Layout da Página



( ) Referências



( ) Exibição

Assinale a sequência correta.

- (A) 3, 2, 1, 4, 5
- (B) 1, 4, 2, 5, 3
- (C) 4, 3, 5, 1, 2
- (D) 3, 4, 5, 2, 1

## QUESTÃO 16

A figura abaixo apresenta uma planilha do Microsoft Excel 2007.

	A	B	C
1	6	8	
2	10	12	
3			

De acordo com a planilha, quais valores são retornados pelas fórmulas **=SOMA(MÉDIA(A1:B2))** e **=SE(A1+B2>A2+B1;B2;A2)**, respectivamente?

- (A) 36 e 12
- (B) 9 e 10
- (C) 9 e 12
- (D) 36 e 10

## QUESTÃO 17

A respeito do conceito e uso de e-mail, analise as afirmativas.

- I - É extremamente seguro acessar Webmails em computadores de terceiros, especialmente quando nos navegadores não estão ativas as conexões anônimas e as conexões *https*.
- II - Através de um endereço eletrônico, formado por duas sequências de caracteres separadas pelo símbolo @, por exemplo, usuario@provedor.org.br, consegue-se enviar uma mensagem para pessoas que estejam em qualquer local do planeta.
- III - O recurso de cópia oculta de e-mail permite enviar cópia de uma mensagem para um ou mais destinatários, de tal maneira que os destinatários colocados no campo Para não saberão que também foram enviadas cópias da mensagem aos destinatários inseridos no campo Cco.
- IV - Uma das principais características dos *spams* é apresentar no campo Assunto textos alarmantes ou vagos, como "Sua senha está inválida", "A informação que você pediu" e "Parabéns", na tentativa de confundir os filtros antispam e de atrair a atenção dos usuários.

Está correto o que se afirma em

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

## QUESTÃO 18

Considere o trecho de planilha do LibreOffice Calc versão 4.4.3 apresentado abaixo.

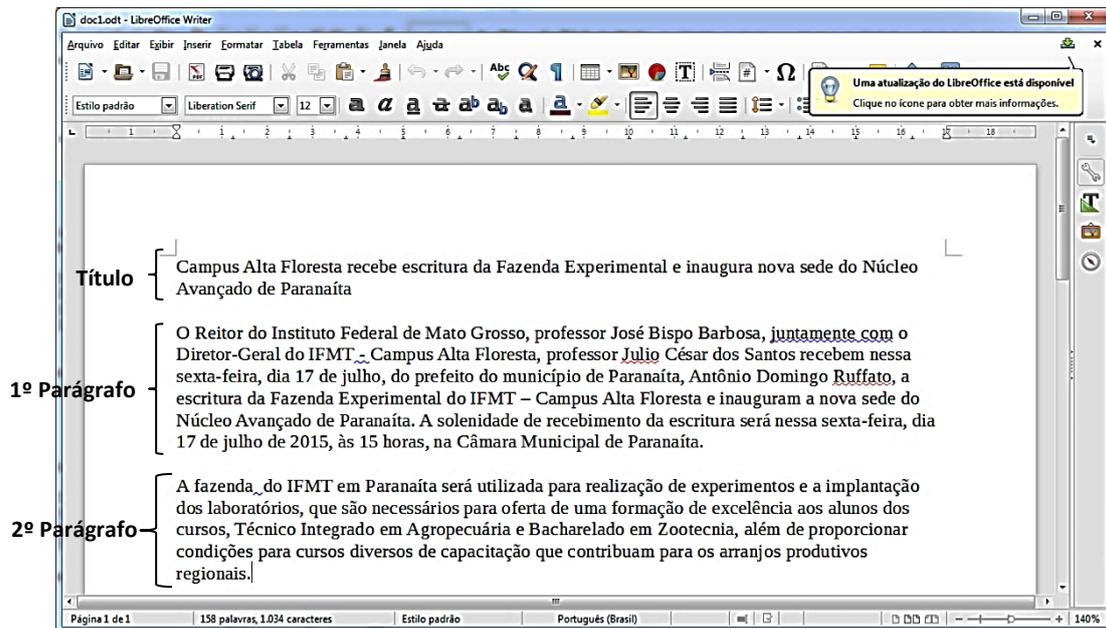
	A	B
1	6	4
2	2	20

Ao inserir-se a fórmula **=MED(A1:B2)**, será obtido o valor

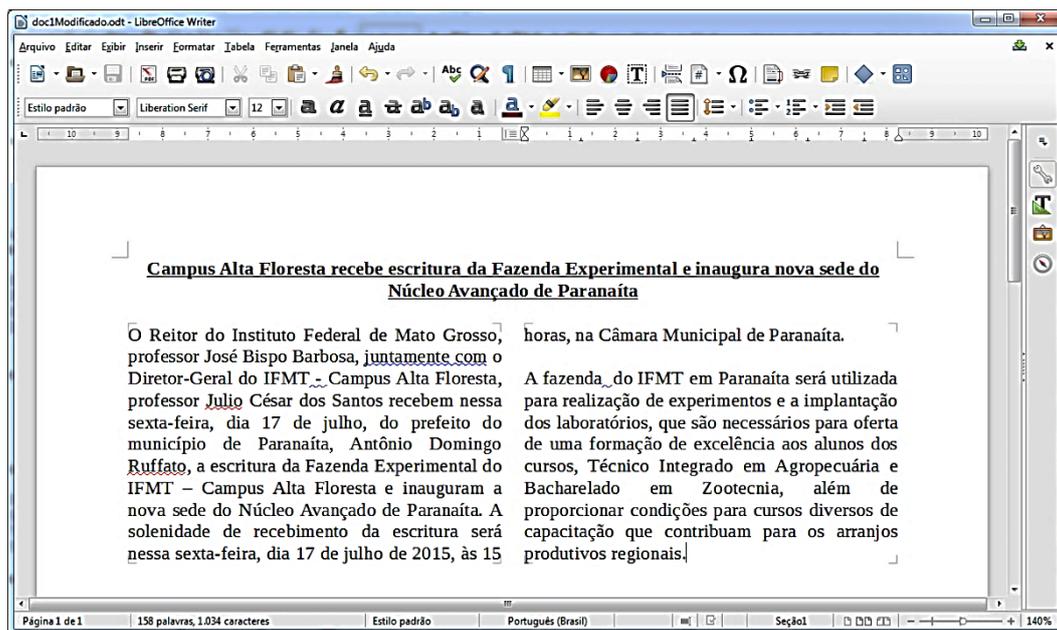
- (A) 8
- (B) 4
- (C) 5
- (D) 6

## QUESTÃO 19

A respeito do LibreOffice Writer, versão 4.4.3 em sua configuração padrão, observe a figura apresentada a seguir.



Após a realização de algumas formatações no texto, ele ficou com o formato apresentado na figura a seguir.



Com base nas modificações realizadas no texto, analise as afirmativas.

- I - O usuário selecionou o título e o formatou para aparecer sublinhado.
- II - O usuário selecionou o primeiro parágrafo e o formatou para aparecer alinhado à esquerda.
- III - O usuário selecionou o segundo parágrafo e modificou o tipo de fonte, diferenciando-o do primeiro parágrafo.
- IV - O usuário selecionou o primeiro e segundo parágrafos do texto e os formatou para serem apresentados em duas colunas.

Está correto o que se afirma em

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

---

## QUESTÃO 20

---

Para sincronizar os dados e preferências do Firefox 38.0.1 de um determinado usuário em todos os dispositivos e computadores utilizados por ele, é necessário que o usuário

- (A) instale o complemento MyDevices e o configure.
- (B) crie uma conta no MyFirefoxDevices.
- (C) instale a extensão CloudDevices e a configure.
- (D) configure o Firefox Sync.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

---

## QUESTÃO 21

---

A coluna da esquerda apresenta designações de profissionais envolvidos na hierarquia do trabalho publicitário e a da direita, suas funções. Numere a coluna da direita de acordo com a da esquerda.

- |                 |  |
|-----------------|--|
| 1 - Tráfego     | ( ) Acompanhar a materialização da peça fora da agência: fotolito, gráfica, prova e todos os trâmites.   |
| 2 - Atendimento | ( ) Encarregado das negociações, das requisições e do controle das encomendas de compra de espaço e de tempo em veículos onde a campanha será difundida. |
| 3 - Mídia       | ( ) Manter a comunicação entre o cliente e a agência.  |
| 4 - Produção    | ( ) Controlar os prazos e manter a agência informada a respeito do andamento de determinado trabalho para o cliente.                                     |

Assinale a sequência correta.

- (A) 4, 3, 2, 1
- (B) 2, 1, 3, 4
- (C) 4, 2, 3, 1
- (D) 1, 2, 4, 3

---

## QUESTÃO 22

---

Na redação publicitária, em relação à construção do título, é correto afirmar:

- (A) O título composto é formado por uma única frase alocada em página dupla.
- (B) O título simples é formado por duas ou mais frases alocadas em página dupla.
- (C) O título sequencial é formado por duas ou mais frases, alocadas em páginas em sequência.
- (D) O título indireto é formado por uma única frase que expõe uma vantagem ou promete um benefício sobre o produto.

**INSTRUÇÃO: Leia o texto para responder às questões 23 e 24.**

Uma campanha publicitária é um conjunto de peças, criadas para divulgar um produto ou serviço, que atendem ao mesmo objetivo de comunicação. Cada material criado a partir da mesma solução criativa é considerado uma peça da campanha. Uma campanha é composta de várias peças destinadas a várias mídias porque pretendemos somar seus esforços na obtenção de um resultado positivo de impacto e convencimento do consumidor. As peças de uma campanha publicitária dividem-se em dois grupos: as de mídia e as de não mídia. [...] Há vários tipos de campanha: promocionais, institucionais, de varejo, do terceiro setor, políticas e de marketing direto.

(HOFF, T. & GABRIELLI, L. *Redação publicitária*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.)

---

### **QUESTÃO 23**

---

Campanhas \_\_\_\_\_ reforçam a imagem de marca de produtos ou serviços, com pretensão de venda.

Qual termo preenche corretamente a lacuna?

- (A) de varejo
- (B) de marketing direto
- (C) institucionais
- (D) promocionais

---

### **QUESTÃO 24**

---

Em relação aos materiais criados em uma campanha publicitária, **NÃO** é exemplo de peça de não mídia:

- (A) Outdoor.
- (B) Mala-direta.
- (C) Display em ponto de venda.
- (D) Cartaz.

---

### **QUESTÃO 25**

---

Os formatos de arquivos gráficos diferem na maneira como representam os dados da imagem (em pixels ou vetores) e oferecem suporte a diferentes técnicas de compactação e recursos do Photoshop. Para preservar todos os recursos do Photoshop (camadas, efeitos, máscaras etc.), o usuário deve salvar uma cópia da imagem no formato do programa. Marque a alternativa que apresenta um formato (ou extensão) padrão para salvamento de arquivos de trabalho no Photoshop.

- (A) PSH
- (B) PSD
- (C) PDS
- (D) PHT

---

### **QUESTÃO 26**

---

No planejamento de mídia, o Publicitário deverá levar em consideração a audiência à qual a campanha será exposta. A audiência pode ser definida como o conjunto das pessoas que, em dado momento, são receptoras de uma mensagem transmitida por determinado meio de comunicação. A audiência pode ser subdivida em algumas categorias: acumulada, bruta, líquida, média, primária, secundária. Sobre a audiência líquida, é correto afirmar:

- (A) É a soma das pessoas que recebem uma mensagem por meio de dois ou mais veículos.
- (B) É a soma das audiências registradas nas várias emissões, divididas pelo número de emissões dos veículos.
- (C) É a soma de todas as audiências obtidas, sem descontar as duplicações.
- (D) É a soma dos que viram, ouviram ou leram a mensagem no mínimo uma vez, contando apenas uma vez cada pessoa.

---

## **QUESTÃO 27**

---

O plano de marketing é a programação das várias atividades destinadas a criar um mercado e precisa ser preparado com criatividade e sistematicamente. [...] O plano deve obedecer a um criterioso orçamento que deve ser elaborado nas proporções que o tornam mais efetivo e rigorosamente obedecido.

(SANT'ANNA, A. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.)

**NÃO** é atividade que visa à preparação e ao planejamento mercadológico:

- (A) Fixação de preços.
- (B) Plano de mídia.
- (C) Propaganda.
- (D) Distribuição do produto.

---

## **QUESTÃO 28**

---

Sobre as normas e recomendações do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, assinale a afirmativa correta.

- (A) A simples imitação de outra propaganda é prática condenada e vedada ao profissional.
- (B) Os veículos faturarão sempre em nome das agências, a quem serão enviadas as contas para cobrança.
- (C) A comissão percebida pelo corretor é a mesma concedida às agências que dão *del credere* efetivo e fazem as cobranças das contas dos veículos aos anunciantes.
- (D) A alegação do volume de verbas de propaganda a fim de obter mudança de atitudes dos veículos e influenciar decisões é incentivada ao profissional.

---

## **QUESTÃO 29**

---

Sobre conceitos básicos das normas-padrão da atividade publicitária, analise as afirmativas.

- I - Agenciador de Propaganda: pessoa jurídica registrada e remunerada pelo veículo, sujeita à sua disciplina e hierarquia, com a função de intermediar a venda de espaço/tempo publicitário.
- II - Agenciador Autônomo: profissional independente – sem vínculo empregatício com anunciante, agência ou veículo – que contrata publicidade por ordem e conta do veículo.
- III - Valor Bruto: preço da mídia contratada, deduzidos os descontos comerciais concedidos ao anunciante.
- IV - Valor Líquido: preço da mídia contratada, deduzidos os descontos comerciais concedidos ao anunciante e os 20% do “desconto padrão de agência”.

Está correto o que se afirma em

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

---

## **QUESTÃO 30**

---

No Photoshop, a ferramenta \_\_\_\_\_ é utilizada para modificar a saturação de cor em uma área.

Qual termo preenche corretamente a lacuna?

- (A) borracha mágica
- (B) subexposição
- (C) esponja
- (D) correção

---

### **QUESTÃO 31**

---

A coluna da esquerda apresenta termos e expressões que fazem parte do jargão da área de publicidade e a da direita, a caracterização de cada um. Numere a coluna da direita de acordo com a da esquerda.

- |             |  |
|-------------|--|
| 1 - P. I.   | ( ) Mensagem final de um comercial com informações sobre distribuidor ou varejista local.                        |
| 2 - Calhau  | ( ) Em mídia, disponibilidade de tempo ou espaço em um veículo.  |
| 3 - Rabicho | ( ) Denominação correta do merchandising em televisão.   |
| 4 - Tie in  | ( ) Autorização emitida pela agência ou anunciante para os veículos, que regula a compra de espaço publicitário. |
| 5 - Encaixe | ( ) Anúncio ou comercial colocado no lugar de um espaço não comercializado, que iria ficar em branco.            |

Marque a sequência correta.

- (A) 2, 5, 1, 4, 3  
(B) 3, 5, 4, 1, 2  
(C) 1, 3, 5, 4, 2  
(D) 3, 4, 2, 1, 5

---

### **QUESTÃO 32**

---

De acordo com o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, o infrator das normas estabelecidas **NÃO** estará sujeito à seguinte penalidade:

- (A) Multa pecuniária.  
(B) Advertência.  
(C) Recomendação de alteração ou correção do anúncio.  
(D) Recomendação aos veículos no sentido de que sustentem a divulgação do anúncio.

---

### **QUESTÃO 33**

---

Em relação a atalhos de teclados na configuração padrão no Corel Draw e suas funções correspondentes, numere a coluna da direita de acordo com a da esquerda.

- |               |                         |
|---------------|-------------------------|
| 1 - Ctrl + L  | ( ) Separar             |
| 2 - Ctrl + K  | ( ) Combinar            |
| 3 - Ctrl + Q  | ( ) Converter em curvas |
| 4 - Ctrl + F9 | ( ) Contorno            |

Assinale a sequência correta.

- (A) 3, 1, 4, 2  
(B) 2, 3, 1, 4  
(C) 2, 1, 3, 4  
(D) 3, 2, 4, 1

---

### **QUESTÃO 34**

---

A organização e inter-relação das ideias abrange, sempre, aspectos internos e externos ao texto. Esses aspectos interferem no processo de produção e recepção do texto e são denominados fatores de textualidade.

(HOFF, T. & GABRIELLI, L. *Redação publicitária*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.)

Sobre os fatores de textualidade na redação publicitária, é **INCORRETO** afirmar:

- (A) A intertextualidade refere-se ao diálogo entre textos; todo texto contém referência a outros textos.
- (B) A informatividade refere-se ao grau de previsibilidade (ou expectabilidade) da informação contida no texto.
- (C) A situacionalidade refere-se ao lugar e ao momento da comunicação; todos os dados situacionais influem na produção e também na recepção do texto.
- (D) A coerência refere-se às ligações ou às articulações que se estabelecem entre os elementos que constituem a superfície textual.

---

### **QUESTÃO 35**

---

Considere o seguinte ícone presente no software de editoração eletrônica Corel Draw:



Marque a alternativa que apresenta função da ferramenta representada pelo ícone.

- (A) Aplicar efeitos especiais em objetos.
- (B) Girar objetos.
- (C) Distorcer um objeto de vetor arrastando ao longo do seu contorno.
- (D) Desenhar linhas de dimensão.

---

### **QUESTÃO 36**

---

A comunicação institucional envolve, entre outras atividades, a promoção da comunicação interna das empresas/instituições, bem como a consolidação da identidade social destas no mercado. Em relação à comunicação institucional, é correto afirmar:

- (A) A identidade institucional é a expressão que confere personalidade e traduz o que se considera ideal para a instituição, representada nos conceitos de missão, visão e valores.
- (B) A imagem institucional envolve a comunicação de uma única característica da instituição, para que o público forme uma opinião a seu respeito.
- (C) O endomarketing é um diferencial institucional que visa fortalecer a imagem da organização no mercado.
- (D) Comunicação corporativa e comunicação institucional têm características divergentes e devem ser consideradas antônimas.

---

### **QUESTÃO 37**

---

Pela sua importância econômica ou social, pelo seu volume, pelas suas repercussões no indivíduo ou na sociedade, determinadas categorias de anúncios devem estar sujeitas a cuidados especiais e regras específicas, além das normas gerais previstas no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Assinale a alternativa que apresenta uma das Categorias Especiais de Anúncios previstas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

- (A) Direito autoral e plágio.
- (B) Proteção da intimidade.
- (C) Poluição e ecologia.
- (D) Reembolso postal ou vendas pelo correio.

---

### **QUESTÃO 38**

---

Assinale a alternativa que apresenta o conceito básico das Normas-Padrão da Atividade Publicitária correspondente à remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, na forma de percentual estipulado pelas Normas-Padrão, calculado sobre o “Valor Negociado”.

- (A) Valor fixo
- (B) Desconto-padrão
- (C) Valor faturado
- (D) Fee

---

### **QUESTÃO 39**

---

Sobre redação publicitária, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- ( ) O slogan abre o anúncio e relaciona-se com a imagem e o texto; já o título relaciona-se com o produto ou a marca.
- ( ) O slogan é constituído de uma sentença ou máxima que expressa uma qualidade, vantagem do produto ou norma de ação do anunciante ou do produto, para servir de guia ao consumidor.
- ( ) O slogan é perene, acompanha o produto ou instituição durante algum tempo; já o título foca a campanha, só serve para o anúncio do qual faz parte.
- ( ) Construir slogans e títulos implica trabalhar com palavras – significados, sonoridades, ritmos.

Assinale a sequência correta.

- (A) V, F, F, V
- (B) F, F, V, F
- (C) F, V, V, V
- (D) V, V, F, F

---

### **QUESTÃO 40**

---

O marketing moderno é muito mais do que apenas criar bons produtos e disponibilizá-los ao mercado consumidor, é indispensável neste processo a comunicação com os clientes.

(KOTLER e KELLER, 2006.)

O elemento do composto mercadológico que envolve a comunicação com os clientes é denominado:

- (A) Publicidade.
- (B) Promoção.
- (C) Produto.
- (D) Propaganda.



Edital N.º 70, de 17/07/2015 e complementares

## Concurso Público - Técnico Administrativo em Educação

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: *Publicitário*

### FOLHA DE ANOTAÇÃO DO CANDIDATO

Questão	Alternativa
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

Questão	Alternativa
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	

Esta folha é destinada para uso EXCLUSIVO do candidato.