



## PUBLICITÁRIO

Nome do Candidato \_\_\_\_\_

Inscrição \_\_\_\_\_

### COMPOSIÇÃO DO CADERNO:

Discursiva	01
Língua Portuguesa	01 a 06
Raciocínio Lógico e Matemático	07 a 10
Legislação Geral	11 a 14
Ética e Qualidade no Serviço Público	15 a 17
Noções de informática	18 a 20
Conhecimentos Específicos	21 a 50



### ATENÇÃO

- Confira, na sua Folha de Respostas e na Versão Definitiva da Discursiva, seu nome, documento e o número de sua inscrição, assinando-as no lugar indicado;
- Confira, no caderno de questões, se o cargo corresponde àquele para o qual você se inscreveu e se há falhas de impressão e numeração, preenchendo seu nome e número de inscrição.



### TEMPO

- O prazo de realização da prova é de 4 horas, incluindo o preenchimento da Folha de Respostas e a transcrição da Versão Definitiva da Discursiva;
- A liberação para deixar o local de aplicação e utilizar o sanitário ocorrerá após 60 minutos do início da prova, não podendo, no entanto, levar o caderno de questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas;
- Os 3 últimos candidatos deverão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do envelope de retorno das Folhas de Respostas.



### FOLHA DE RESPOSTAS

- Os únicos documentos válidos para avaliação são a Folha de Respostas e a Versão Definitiva da Discursiva, que devem ser devolvidas ao fiscal ao término da prova;
- O candidato deve preencher e assinar, com caneta esferográfica transparente de cor preta, sua Folha de Respostas e a Versão Definitiva da Discursiva;
- O preenchimento da Folha de Respostas deve ser realizado da seguinte maneira: ●



### IMPORTANTE

- O NÃO cumprimento de qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno ou na Folha de Respostas incorrerá em eliminação.



- O candidato somente poderá retirar-se do local de aplicação das provas, levando o caderno de questões, faltando 30 (trinta) minutos para o final do tempo destinado à realização da prova objetiva e discursiva.
- Os cadernos de questões serão divulgados, no site [www.aocp.com.br](http://www.aocp.com.br), juntamente com os gabaritos, no dia posterior à aplicação da prova.

# PROVA 01

**LEMBRE-SE DE MARCAR O NÚMERO  
CORRESPONDENTE À SUA PROVA NA  
FOLHA DE RESPOSTAS!**

## ATENÇÃO!

Não se ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.

### Língua Portuguesa

#### Adultos estacionados na infância - Dênis Athanázio

“Quando meu filho nascer, eu terei que tomar vergonha na cara e mudar o rumo da minha vida. Não serei mais infiel, vou ser mais tolerante com meus familiares, protestarei incansavelmente por um país melhor onde meu herdeiro será o mais novo morador”.

Muitas dessas promessas “éticas” permanecem no discurso e não se realizam na prática e partem do pressuposto de que a Terra toda gira em torno do meu umbigo (e agora do umbigo do meu filho também), com o único objetivo de nos satisfazer o tempo todo.

Freud se preocupou com essa questão. Ele desenvolveu um conceito chamado narcisismo primário para explicar aquela fase da criança onde ela investe toda a sua energia libidinal para si mesma, isto é, só pensa nela e em sua satisfação imediata, como instinto de preservação, proteção. E mesmo sem ter total consciência desse complexo processo, o outro é para ela apenas um meio para se chegar a um fim que, no caso, é servi-la e cuidá-la de todas as formas que contribua para sua satisfação e gozo próprio. Se essa fase for “superada”, a criança vai, aos poucos, percebendo que nem todos os seus desejos serão atendidos e nem no exato momento que elas desejarem.

O problema é que encontramos algumas pessoas no decorrer dos anos que ficaram estacionadas no narcisismo primário e dali nunca mais saíram. São “adultos-crianças” birrentos, de difícil convivência, pois não aguentam nem eles mesmos e não conseguem enxergar o outro.

Freud escreveu que a chegada do filho traz toda aquela carga psíquica do que já fomos um dia na infância, mas a deslocamos para nosso filho, pois não podemos voltar a ser criança. Talvez seja por isso que muitos pais idolatram seus filhos nas redes sociais. Na verdade, sem perceber, os pais estão falando do amor por eles mesmos e não do amor pelos filhos.

Se quisermos ter filhos éticos, talvez devamos praticar a ética antes mesmo de eles existirem.

Só quem tenta ser ético sabe a dificuldade e investimento diário que é para sê-lo. Se colocarmos a nossa transformação toda como ser humano nas costas da criança que virá, ela já nascerá com dor nas costas e na alma. É como dar uma feijoada para um recém-nascido digerir. As crianças não deveriam vir com a missão de consertar casamento, de suprir carências ou de juntar pessoas que não querem estar próximas. Elas podem vir para somar e dividir e não para consertar os problemas que cabem aos adultos.

Retirado e adaptado de: <[http://obviousmag.org/denis\\_athanazio/2018/adultos-estacionados-na-infancia.html](http://obviousmag.org/denis_athanazio/2018/adultos-estacionados-na-infancia.html)>.

**1. Analise o significado da expressão destacada com sublinhado na frase a seguir e assinale a alternativa que apresenta um sentido coerente para ela. “Muitas dessas promessas “éticas” permanecem no discurso e não se realizam na prática e partem do pressuposto de que a Terra toda gira em torno do meu umbigo [...]”.**

- (A) Característica de quem tem uma conexão com a Terra e com a natureza.
- (B) Qualidade de uma pessoa solidária com todos ao seu redor.
- (C) Característica de quem é egocêntrico, indivíduo cujos comportamentos, ações ou preocupações estão centrados em si mesmo e age como se o mundo vivesse para satisfazer seus desejos.
- (D) Alguém que é extremamente sensível na região do umbigo e do abdome.
- (E) Característica de quem sofre de vertigens e tem a sensação do ambiente a sua volta estar em movimento.

**2. Assinale a alternativa que possui relação de sinonímia com a palavra destacada na frase a seguir: “As crianças não deveriam vir com a missão de consertar casamento, de suprir carências ou de juntar pessoas que não querem estar próximas.”.**

- (A) Preencher.
- (B) Fingir.
- (C) Criar.
- (D) Ressaltar.
- (E) Manter.

**3. Em relação à acentuação gráfica das palavras na Língua Portuguesa, considere as alternativas a seguir e assinale aquela que está conforme as normas adequadas.**

- (A) “Difícil” é acentuada porque é uma palavra proparoxítona terminada em “l”.
- (B) “Prática” leva acento porque é uma palavra paroxítona terminada em “a”.
- (C) “Já” possui acento opcional.
- (D) “Consciência” leva acento porque é proparoxítona.
- (E) “Próprio” é acentuada, pois é paroxítona terminada em ditongo crescente “io”.

**4. Assinale a alternativa que apresenta explicação coerente em relação aos empregos dos sinais de pontuação destacados com sublinhado nas frases a seguir.**

- (A) Na frase “Quando meu filho nascer, eu terei que tomar vergonha na cara e mudar o rumo da minha vida. ”, as aspas estão marcando uma ironia causada pela expressão contextualizada.
- (B) Em “[...] a Terra toda gira em torno do meu umbigo (e agora do umbigo do meu filho também), com o único objetivo de nos satisfazer o tempo todo”, os parênteses destacados foram usados para omitir ou negar informações.
- (C) Na frase “Se quisermos ter filhos éticos, talvez devamos praticar a ética antes mesmo de eles existirem.”, a pontuação destacada serve para introduzir uma ideia que virá na sequência.
- (D) Em “Não serei mais infiel, vou ser mais tolerante com meus familiares, protestarei incansavelmente por um país melhor onde meu herdeiro será o mais novo morador.”, a pontuação destacada serve para listar ações que são complementares para a mesma finalização de ideias.
- (E) Em “São “adultos-crianças” birrentos, de difícil convivência, pois não aguentam nem eles mesmos e não conseguem enxergar o outro.”, as aspas destacadas são para sinalizar a fala de alguém.

**5. De acordo com a concordância verbal e nominal na Língua Portuguesa, analise as frases a seguir e assinale aquela que apresenta a explicação correta.**

- (A) Na frase “[...] Protestarei incansavelmente por um país melhor onde meu herdeiro será o mais novo morador.”, o verbo destacado

está conjugado na 1ª pessoa do plural e está no modo subjuntivo.

- (B) Em “Muitas dessas promessas “éticas” permanecem no discurso e não se realizam na prática [...]”, os verbos destacados estão conjugados na 3ª pessoa do plural e estão no modo indicativo.
- (C) A frase “Freud se preocupou com essa questão.” apresenta o verbo destacado na 1ª pessoa do singular e no tempo pretérito imperfeito.
- (D) Na frase “O problema é que encontramos algumas pessoas no decorrer dos anos que ficaram estacionadas no narcisismo primário e dali nunca mais saíram.”, o verbo destacado está conjugado na 3ª pessoa do plural, no modo imperativo.
- (E) Na frase “Quando meu filho nascer, eu terei que tomar vergonha na cara e mudar o rumo da minha vida.”, o verbo destacado está conjugado na 3ª pessoa do singular, no tempo presente do indicativo.

**6. Em relação à morfologia na Língua Portuguesa, analise as frases a seguir e assinale aquela que apresenta explicação coerente de acordo com a classe de palavra que se encontra e seu emprego no contexto, tendo em vista os termos destacados.**

- (A) Na frase “As crianças não deveriam vir com a missão de consertar casamento [...]”, o termo destacado é uma preposição que conecta os termos da frase em uma relação de subordinação.
- (B) Na frase “Na verdade, sem perceber, os pais estão falando do amor por eles mesmos e não do amor pelos filhos.”, a palavra destacada é um verbo conjugado no tempo futuro do subjuntivo.
- (C) Em “Ele desenvolveu um conceito chamado narcisismo primário para explicar aquela fase da criança onde ela investe toda a sua energia libidinal para si mesma [...]”, a palavra destacada é um pronome demonstrativo.
- (D) A frase “Freud escreveu que a chegada do filho traz toda aquela carga psíquica do que já fomos um dia na infância [...]” apresenta uma conjunção subordinativa na palavra destacada.
- (E) Na frase “Se quisermos ter filhos éticos, talvez devamos praticar a ética antes mesmo de eles existirem.”, a palavra destacada é uma conjunção coordenativa.

## Raciocínio Lógico e matemático

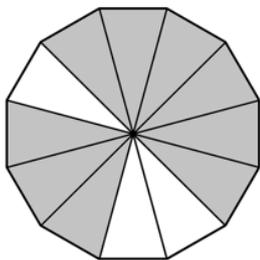
7. Na diagramação de uma revista, ficou determinado que as propagandas dos principais patrocinadores devem ser apresentadas nas páginas que seguem a numeração da seguinte sequência numérica, a qual apresenta os números em uma sequência lógica e onde faltam os três últimos números:

(2, 4, 8, \_\_, \_\_, \_\_).

Completando essa sequência numérica, é correto afirmar que a numeração da última página na qual deve ser apresentada a propaganda dos principais patrocinadores é

- (A) 16.
- (B) 19.
- (C) 27.
- (D) 32.
- (E) 64.

8. Observando a seguinte figura, é correto afirmar que a fração irredutível que representa a parte pintada dessa figura é igual a



- (A)  $\frac{2}{3}$
- (B)  $\frac{3}{4}$
- (C)  $\frac{5}{8}$
- (D)  $\frac{11}{12}$
- (E)  $\frac{1}{6}$

9. Para fazer uma reportagem sobre a opinião da população de uma cidade em relação a um novo produto lançado no mercado, foram selecionadas residências em quatro regiões dessa cidade, conforme a listagem a seguir:

- Zona Leste: 30 residências;
- Zona Oeste: 40 residências;
- Zona Sul: 80 residências;
- Zona Norte: 10 residências.

Dessa forma, em relação ao total de residências selecionadas, a taxa percentual referente ao número de residências selecionadas da Zona Oeste é igual a

- (A) 5%.
- (B) 50%.
- (C) 35%.
- (D) 25%.
- (E) 16%.

10. Define-se uma proposição como sendo uma sentença declarativa cujo conteúdo poderá ser considerado verdadeiro ou falso. Dessa forma, assinale a alternativa que identifica uma proposição.

- (A) Feliz Aniversário!
- (B) Que dia é hoje?
- (C) Se Pedro levantar mais cedo, então ele chegará no horário combinado.
- (D) Leia com mais frequência.
- (E) A idade do jogador multiplicada por R\$50,00 será o valor do prêmio.

**11. De acordo com a Lei Estadual nº 7.056, de 19 de novembro de 2007, que criou a Secretaria Estadual de Comunicação do Estado do Pará, NÃO é uma função da SECOM**

- (A) elaborar pesquisas eleitorais, a fim de conhecer a intenção de voto do eleitor paraense.
- (B) coordenar, supervisionar e controlar e/ou executar a Política de Comunicação Social do Governo do Estado.
- (C) disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diferentes segmentos sociais.
- (D) estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do Estado.
- (E) estabelecer processos de controle de qualidade da produção de conteúdos de comunicação para garantir a unidade do discurso e a preservação da imagem do Governo na construção da melhor relação entre este e a sociedade.

**12. Assinale a alternativa correta a respeito da estrutura e competência da Secretaria de Estado de Comunicação – SECOM –, conforme prescrito na Lei Estadual nº 7.056, de 19 de novembro de 2007.**

- (A) A Secretaria de Estado de Comunicação – SECOM – terá sua estrutura organizacional básica constituída por um Presidente, dois Secretários e três Gerentes.
- (B) À Diretoria de Jornalismo, Pesquisa e Documentação, compete produzir matérias jornalísticas para a promoção pessoal do Governador.
- (C) À Diretoria de Publicidade, Propaganda e Marketing, compete coordenar e executar as ações de pesquisa eleitoral e intenção de voto.
- (D) À Diretoria de Comunicação Popular e Comunitária, compete coordenar e executar atividades relativas à interação do Governo com seus diversos segmentos de público, promovendo a organização de produtos e eventos institucionais, promocionais e protocolares.
- (E) Ao Gabinete do Secretário, compete assessorar o Secretário de Estado de Comunicação no desenvolvimento de suas atribuições e compromissos oficiais.

**13. Assinale a alternativa correta acerca da Lei Estadual nº 5.810, de 24 de janeiro de 1994, que instituiu o Regime Jurídico Único dos Servidores Públicos Cíveis da Administração Direta, das Autarquias e das Fundações Públicas do Estado do Pará.**

- (A) A nomeação para cargo público será feita exclusivamente em caráter efetivo, mediante prévia habilitação em concurso.
- (B) Em caso de empate, terá preferência, na ordem de classificação do concurso público, o candidato pertencente ao serviço federal, estadual e municipal, nessa ordem.
- (C) Fica assegurada a fiscalização do concurso público, em todas as suas fases, pelas entidades sindicais representativas de servidores públicos.
- (D) O exercício do cargo terá início dentro de 72 horas contadas da data da posse, no caso de nomeação, excetuando-se feriados e fins de semana.
- (E) O servidor poderá ausentar-se do Estado sem prévia autorização de seu superior hierárquico somente para estudo ou para estudo ou missão de qualquer natureza.

**14. Assinale a alternativa correta a respeito do Sistema Integrado de Comunicação do Governo do Estado do Pará, regulamentado pelo Decreto Estadual nº 1.689/2017.**

- (A) O Sistema Integrado de Comunicação do Governo do Estado do Pará – SICOM-PA –, instituído pela Lei estadual nº 7.056, de 19 de novembro de 2007, tem por finalidade organizar a comunicação apenas dos órgãos da Administração Direta.
- (B) Não se admitem campanhas informativas de ações governamentais, administrativas e sociais, por meio da imprensa tradicional, devendo ser utilizados somente os canais oficiais, mídias sociais ou sítios de internet.
- (C) A publicidade das obras e serviços dos órgãos e entidades públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, podendo constar o nome da autoridade e a sigla do partido a que está vinculada, desde que seja de forma discreta.

- (D) A organização do Sistema Integrado de Comunicação do Governo do Estado do Pará compreende o órgão central e os órgãos setoriais.
- (E) A responsabilidade pela execução das atividades institucionais de comunicação, inerentes ao Sistema Integrado de Comunicação do Governo do Estado do Pará – SICOM-PA – fica restrita a seus dirigentes, eximindo-se de responsabilidade as autoridades dirigentes dos órgãos e das entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual.

### Ética e Qualidade no Serviço Público

- 15. A Constituição Federal, em seu Artigo 1, estabelece que a República Federativa do Brasil “constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos a soberania, a cidadania e a dignidade da pessoa humana”. Quando se assume um cargo público, o novo servidor assume, além das atividades inerentes ao cumprimento de sua função, o dever de zelar pelo bem-estar da comunidade e da coletividade. De acordo com o artigo 37 da Constituição Federal do Brasil, é dever da administração pública seguir alguns princípios previstos no documento de 1988. Assinale a alternativa que apresenta esses princípios.**
- (A) Impessoalidade, moralidade, decência, eficiência e legalidade.
  - (B) Legitimidade, moralidade, publicidade, eficiência e qualidade.
  - (C) Impessoalidade, moralidade, decência, legalidade e qualidade.
  - (D) Legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.
  - (E) Dignidade, eficiência, decência, moralidade e impessoalidade.

- 16. Os avanços tecnológicos da era moderna, impulsionados principalmente pela internet, causaram uma série de transformações nos hábitos das pessoas. Alguns especialistas dizem que vivemos a revolução digital. Os indivíduos passaram a ter mais acesso às informações. Satisfazer os desejos e as necessidades de clientes e usuários tem sido uma preocupação constante tanto de empresas públicas quanto privadas. Com o objetivo de melhorar a qualidade dos canais de atendimento ao público, em 31 de julho de 2008, foi publicado o decreto 6523 que regulamentou a lei 8.078/1990, também conhecida como “Lei do SAC”. O decreto fixa normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Assinale a alternativa que se refere ao item “Qualidade de Atendimento” previsto no capítulo III dessa regulamentação.**
- (A) O consumidor não terá a sua ligação finalizada pelo fornecedor antes da conclusão do atendimento.
  - (B) O atendente, para exercer suas funções no SAC, deve ser capacitado com as habilidades técnicas e procedimentais necessárias para realizar o adequado atendimento ao consumidor, em linguagem clara.
  - (C) As ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas previsto nesse Decreto não deverá resultar em qualquer ônus para o consumidor.
  - (D) O consumidor terá direito de acesso ao conteúdo do histórico de suas demandas, que lhe será enviado, quando solicitado, no prazo máximo de setenta e duas horas, por correspondência ou por meio eletrônico, a seu critério.
  - (E) As informações solicitadas pelo consumidor serão prestadas imediatamente, e suas reclamações, resolvidas no prazo máximo de cinco dias úteis a contar do registro.

- 17. Para quem realiza atendimento, a satisfação do cliente deve ser primordial. Nesse sentido, assinale a alternativa que apresenta comportamentos positivos de um bom profissional ao realizar um atendimento.**
- (A) Ao atender alguém que esteja gritando, você deve sempre alterar o seu tom de voz para mais alto do que o dele e assim ele irá reduzir o tom de voz.
  - (B) A empatia deve ser sempre aplicada, uma vez que empatia é sinônimo de simpatia e deve ser base para qualquer tipo de atendimento.
  - (C) Usar palavras de cordialidade não é recomendado no atendimento, uma vez que tal ato não irá ajudar a resolver problemas de alta complexidade.
  - (D) Usar a personalização cria vínculo com o cliente e gera proximidade na condução do atendimento.
  - (E) Falar muito baixo é a melhor alternativa para qualquer tipo de atendimento, tanto pessoal quanto por telefone.

**Noções de informática**

- 18. Considerando o editor de texto Microsoft Word 2007, versão português em sua instalação padrão, a funcionalidade “Tamanho da Página” permite a escolha do tamanho do papel para a seção atual. Assinale a alternativa que apresenta uma opção INEXISTENTE para a opção de papel.**
- (A) Carta.
  - (B) AA.
  - (C) A4.
  - (D) A5.
  - (E) Ofício.
- 19. Considerando o editor de planilha eletrônica Microsoft Excel 2007, versão português em sua instalação padrão, analise as informações contidas na imagem a seguir e assinale a alternativa que apresenta a fórmula que, após ser inserida na célula A5 e executada, produza como resultado o valor numérico 0.**

	A	B	C	D	E	F
1		10	13	8	4	
2	100		1	3	85	
3	25	15	15		70	
4	16	4		0	8	
5						

- (A) =D2^3
  - (B) =C3+B4\*D4
  - (C) =C2\*D3+D2-A1
  - (D) =A2-B1^2-B4/E1+C2
  - (E) =B3/C3-C2\*D4+(A\$4-(D1+E4))
- 20. Acerca do mecanismo de busca na Web GOOGLE, o que ocorre ao se acrescentar o caractere aspas duplas (") antes e após a frase a ser pesquisada, conforme exemplo a seguir?**

**Exemplo: "Concurso Público 2018"**

- (A) Será realizada uma pesquisa excluindo os termos entre aspas.
- (B) Será realizada uma pesquisa por frases com assuntos semelhantes ao contido nos termos entre aspas.
- (C) Será realizada uma pesquisa por uma frase exata e na ordem exata do contido nos termos entre aspas.
- (D) Será realizada uma pesquisa que contenha somente um dos termos entre aspas.
- (E) Será realizada uma pesquisa apenas com os caracteres numéricos existentes nos termos entre aspas.

### Conhecimentos Específicos

**21. A respeito do conceito e da função da publicidade, assinale a alternativa correta.**

- (A) A publicidade é uma forma de tornar produtos, serviços ou marcas conhecidos, despertando o desejo de consumo nos consumidores.
- (B) É pela publicidade que as organizações divulgam seus produtos, serviços ou marca, encobrando o nome da organização e apresentando as intenções do anunciante.
- (C) A publicidade é uma forma de comunicação com um grupo de pessoas, não sendo relacionada e realizada em forma de propaganda de massa.
- (D) Cabe à publicidade destacar os pontos que diferenciam um produto, serviço ou marca de seus concorrentes, sem despertar o desejo de compra.
- (E) Entre as técnicas de comunicação da publicidade, não se encaixam as tarefas de comunicação de massa.

**22. As estratégias de uma campanha publicitária são usadas para atender os objetivos propostos nas ações de comunicação da organização no mercado, sendo necessário definir o tipo de campanha a ser usada. Assinale a alternativa correta quanto ao tipo de campanha definida como “Campanha Guarda-Chuva”.**

- (A) É aquela que divulga a organização como um todo, conceituando a empresa e sua imagem no mercado.
- (B) É a campanha que divulga os produtos e serviços da organização no mercado, visando sua venda ao consumidor.
- (C) É a campanha que apresenta toda a linha de produtos da organização, evidenciando

sua marca.

- (D) Visa à interatividade com o consumidor, por meio de seu dinamismo, acelerando as vendas da organização.
- (E) Tem como objetivo levar o produto até o consumidor, solicitando algo ao seu público e oferecendo algo em troca.

**23. As organizações utilizam tanto a campanha institucional como a promocional, para a venda de seus produtos, serviços ou marca no mercado. Em relação às ações de comunicação institucional, assinale a alternativa INCORRETA.**

- (A) A campanha institucional é entendida como aquela que divulga a organização como um todo no mercado.
- (B) Essas ações têm como objetivo fixar a marca, a imagem e o segmento de atuação da organização.
- (C) Essas ações contribuem para a comunicação do posicionamento da organização, auxiliando na construção de sua identidade.
- (D) Essas ações difundem a filosofia, a missão, a visão e os valores da organização no mercado.
- (E) Essas ações trabalham com a divulgação dos produtos e serviços, informando seus atributos e benefícios, levando o consumidor à compra.

**24. O slogan faz parte da publicidade de uma empresa, marca, produto ou serviço no mercado. Referente ao conceito e à função do slogan, assinale a alternativa correta.**

- (A) O slogan divulga a informação de uma determinada campanha, acompanhando a empresa somente pelo período dessa campanha.
- (B) O slogan está relacionado somente ao anúncio ao qual faz parte, sendo necessária sua reformulação a cada ação de comunicação da organização.
- (C) O slogan identifica o público-alvo e desperta interesse na leitura no anúncio publicitário.
- (D) O slogan resume o conceito do produto/serviço/empresa e costuma ser encontrado em todas as peças de campanhas publicitárias.
- (E) Tem como função criar o interesse pela leitura, garantindo impacto e assimilação da comunicação.

**25. Dentro dos conceitos e princípios da Redação Publicitária, são trabalhados os textos Apolíneo e Dionisiaco. A respeito das informações e conteúdos apresentados nos textos Dionisiacos, assinale a alternativa correta.**

- (A) O texto Dionisiaco trabalha com a emoção nos textos publicitários, buscando persuadir o consumidor e aconselhá-lo de uma forma mais sutil.
- (B) Entendem-se como textos Dionisiacos aqueles relacionados à razão do consumidor, trabalhando com a apresentação das qualidades e características do produto.
- (C) O texto Dionisiaco possui foco nos textos de cunho emocional, em que são apresentados dados e informações sobre as características dos produtos.
- (D) O texto Dionisiaco busca o convencimento do consumidor, apoiando-se no discurso racional e nos argumentos.
- (E) O conteúdo dos textos Dionisiacos apresenta poucas informações e linguagem menos tensa e rígida, para manter o leitor atento ao conteúdo.

**26. Para convencer o consumidor a comprar, é preciso que a publicidade trabalhe com sua consciência, por meio de ações relacionadas à psicologia de compra e venda. Para isso, a publicidade utiliza os Estados de Consciência, também conhecidos como AIDA, e que consistem em 4 estados. Assinale a alternativa que apresenta, corretamente, os Estados de Consciência (AIDA).**

- (A) Atenção, Interesse, Desejo e Ação.
- (B) Atenção, Informação, Desejo e Aceitação.
- (C) Aceitação, Interesse, Domínio e Ação.
- (D) Aceitação, Informação, Desejo e Atividade.
- (E) Atividade, Interesse, Domínio e Ação.

**27. A Pesquisa em Comunicação pode ser realizada de diversas maneiras e com diferentes objetivos. Assinale a alternativa correta sobre o tipo de pesquisa definido como Pesquisa Documental.**

- (A) Abrange toda a bibliografia tornada pública em relação ao tema de estudo, além dos meios de comunicação oral.
- (B) Envolve a coleta restrita a documentos, tendo como fonte de documentos: arquivos públicos, particulares, fontes estatísticas, documentos escritos e outros, como iconografia e fotografias.

- (C) Trabalha com a coleta e o levantamento de dados no próprio local onde o fenômeno ocorre, sendo feito por meio de pesquisa de campo ou pesquisa de laboratório.
- (D) Ocorre pela observação de fatos e fenômenos, tal como ocorrem espontaneamente, sendo feito pelo uso de técnicas de observação e de registro.
- (E) É realizado quando o pesquisador participa da comunidade ou grupo, incorporando-se a um determinado grupo.

**28. Uma campanha publicitária necessita de um tema, o qual auxiliará na construção e na criação de suas peças de campanha. Em relação às funções e atividades do tema, assinale a alternativa INCORRETA.**

- (A) O tema refere-se ao argumento principal da campanha.
- (B) Cabe ao tema somente a concentração de argumentos de venda do produto.
- (C) Para definir o tema, é preciso saber o que devemos dizer e como devemos dizer.
- (D) O tema pode ser apresentado de forma direta ou indireta.
- (E) A função do tema é fixar a atenção, despertar o interesse e conduzir a leitura do texto.

**29. As peças publicitárias podem ser divididas em 2 grandes grupos: *hard sell* e *soft sell*. Assinale a alternativa correta quanto ao grupo definido como *hard sell*.**

- (A) Persuade o consumidor quanto à filosofia, ao estilo e à imagem do produto.
- (B) Busca ambientar o consumidor na situação apresentada, para que esse se imagine nessa ação.
- (C) É o tipo de publicidade voltado especificamente à venda dos produtos no mercado.
- (D) Trabalha com sentimento e emoções do consumidor.
- (E) São peças publicitárias voltadas para a construção de marcas.

**30. A Comunicação Integrada envolve a junção de diversas áreas e formas de comunicação, formando o Composto da Comunicação Organizacional. Assinale a alternativa correta quanto às formas de comunicação que compõem o Composto de Comunicação Organizacional.**

- (A) Comunicação Interna, Comunicação Administrativa, Comunicação Institucional e Comunicação Mercadológica.

- (B) Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional e Comunicação Mercadológica.
- (C) Comunicação Interna, Comunicação Administrativa e Comunicação Integrada.
- (D) Apenas Comunicação Institucional e Comunicação Mercadológica.
- (E) Comunicação Empresarial, Comunicação Integrada e Comunicação Mercadológica.

**31. Assinale a alternativa que define corretamente a Comunicação Mercadológica.**

- (A) Envolve toda forma de comunicação capaz de alcançar um objetivo de marketing da organização.
- (B) É voltada aos colaboradores da empresa, promovendo sua integração e os interesses dos funcionários.
- (C) Trabalha com os assuntos relacionados ao dia a dia da empresa e que precisam ser divulgados internamente.
- (D) Trabalha o conceito público da empresa, buscando conquistar a confiança e a credibilidade dos *stakeholders* da empresa.
- (E) Divulga o posicionamento da organização, construindo uma identidade e uma imagem corporativa no mercado.

**32. O Planejamento Publicitário busca proporcionar soluções práticas e que visam resolver problemas específicos de marketing e propaganda. Quanto ao diagnóstico de um planejamento, assinale a alternativa INCORRETA.**

- (A) O diagnóstico é uma forma de se compreender como está atualmente a situação da empresa e do produto no mercado.
- (B) Trabalha com a projeção, de um ou mais cenários, buscando compreender o futuro da organização, para que se possa traçar objetivos e metas de mercado.
- (C) É pelo diagnóstico que as organizações conseguem perceber e enxergar os caminhos para a solução de problemas e a exploração de oportunidades.
- (D) O diagnóstico permite que a empresa compreenda a situação atual em que se encontra e o que a fez chegar a essa situação.
- (E) Permite uma consciência, por parte da empresa, sobre o que precisa ser alterado para conseguir atuar no cenário em que está inserida.

**33. Uma das formas de planejamento e de atividades da comunicação ocorre pela coleta de informações preliminares, em que são apresentadas as instruções e informações sobre o cliente, que irá orientar os trabalhos da agência de publicidade. A qual atividade realizada pelo publicitário nas agências o enunciado se refere?**

- (A) Planejamento de Comunicação.
- (B) Ações de mídia.
- (C) Criação.
- (D) Briefing.
- (E) Tráfego.

**34. A escolha do tema, para a realização da Pesquisa em Comunicação, implica no reconhecimento da afinidade. Assinale a alternativa correta sobre a afinidade do pesquisador, para a realização da Pesquisa em Comunicação.**

- (A) Trabalha com a oportunidade para aprofundar conceitos e conhecimentos, mesmo que o pesquisador não se sinta à vontade com o assunto escolhido, mas necessite pesquisar sobre esse assunto.
- (B) Envolve a importância e a relevância do trabalho para o pesquisador e para a sociedade.
- (C) Ocorre quando o tema deve se relacionar à área de atuação ou interesse do pesquisador.
- (D) Envolve a escolha de um tema familiar, relacionado à área em que o pesquisador atua ou pretende atuar.
- (E) Ocorre quando o pesquisador opta por assuntos cuja a análise seja factível e o trabalho de campo seja acessível.

**35. Referente aos objetivos de uma Pesquisa em Comunicação, assinale a alternativa correta.**

- (A) Os objetivos específicos envolvem o objetivo principal da pesquisa e buscam a solução de um problema.
- (B) O objetivo Geral é apresentado em diversos tópicos e auxilia na construção das perguntas do questionário de pesquisa.
- (C) Os objetivos Específicos são considerados metas parciais que, ao serem alcançadas, contemplam o objetivo geral.
- (D) Ao apresentar o problema da pesquisa, e sua justificativa de estudo, o pesquisador em comunicação elabora os objetivos específicos de sua pesquisa.
- (E) Um dos maiores erros na elaboração dos objetivos da pesquisa está relacionado ao uso de verbos no infinitivo, no início da frase, e que vão exprimir ações a serem alcançadas.

**36. Referente ao conceito de mídia e continuidade das campanhas publicitárias, assinale a alternativa correta que representa as características do modelo ou padrão de exposição e continuidade denominado Continuidade Linear.**

- (A) É caracterizado pelo esforço de mídia contínuo na campanha, tendo a duração de, no mínimo, 8 *flights*, com 3 ou 2 semanas em cada uma, com ou sem intervalos entre os *flights*, totalizando cerca de 6 a 8 meses de veiculação.
- (B) Possui duração a partir de 6 meses de veiculação, normalmente, com “*heavy up*” no início de cada onda, sendo indicado para categorias com baixa frequência de compra e alta fidelidade de marca.
- (C) Sua característica é de uma veiculação contínua de, no mínimo, 3 semanas e, no máximo, 3 meses, sendo utilizado em campanhas de oportunidade, baseadas em preço e promoção ponto de venda.
- (D) É indicado para campanhas que tenham entre 6 meses e um ano de duração, mantendo-se com períodos de baixa sustentação e períodos de maior esforço de mídia, que podem ser determinados por aspectos de sazonalidade.
- (E) São ações que possuem indicação para categorias com baixa frequência de compra e ciclo de uso constante e para categorias com incremento de consumo em períodos determinados e sazonais, tais como carnaval, volta às Aulas e Dia das Mães.

**37. Assinale a alternativa que apresenta somente ponto(s) positivo(s) quanto ao uso de anúncios para o meio internet na publicidade.**

- (A) No momento de exposição, o público está atento à mensagem e, assim como na TV, é possível a visualização e a demonstração do produto com a grande vantagem da linguagem audiovisual.
- (B) Cria status para marcas pouco conhecidas e permite seletividade de público-alvo por idade, classe social, sexo e perfil de consumidor.
- (C) Apresenta um maior tempo de permanência e visualização do anúncio em relação a outras mídias, como o jornal, pois costuma ter um tempo maior de duração.
- (D) Apresenta grande agilidade e rapidez na colocação ou substituição de mensagens e possui baixo custo de produção e veiculação, em comparação com outros meios.
- (E) Permite adequação editorial em virtude da diversidade de cadernos (política, economia, esportes, variedades, diversões, entre outros), oferecendo grande credibilidade e confiança na mensagem.

**38. Referente à classificação dos meios de comunicação, com base nos preceitos da Mídia, assinale a alternativa que apresenta somente meios que pertencem a *Direct Midia*.**

- (A) TV Aberta, TV Fechada (por assinatura) e Rádio.
- (B) Telemarketing ativo, Mala-direta e E-mail Marketing.
- (C) Revistas, Jornal e Cinema.
- (D) Internet (Websites, Hotsites, Links patrocinados e demais serviços).
- (E) Rádio, Cinema e Painéis Eletrônicos.

**39. A comunicação, bem como a publicidade, possui e segue diferentes tipos de teorias, que devem ser conhecidos pelo publicitário. Assinale a alternativa que define corretamente a Teoria da Comunicação denominada Estudos Culturais.**

- (A) Busca compreender o processo de comunicação, verificando quem (emissor) diz o quê (mensagem), através de que canal (meio), a quem (receptor) e com que efeito (resultado).
- (B) Estuda o papel da mídia na sociedade, compreendendo a ação social, os valores que considera e os modelos sociais que o indivíduo adquire em comunidade.

- (C) Analisa as possibilidades de transformação e progresso social, além dos perigos da intensificação da dominação social.
- (D) Delineia e analisa o modo como as produções culturais trabalha com a ideologia, valores e representações referentes a sexo, raça e classe na sociedade.
- (E) Utiliza o conceito de articulação para indicar como os componentes sociais se organizam na produção de conteúdo para a comunicação.
- 40. Sobre a Teoria Hipodérmica, usada nos estudos da comunicação e da publicidade, assinale a alternativa INCORRETA.**
- (A) A Teoria Hipodérmica analisa e vê a sociedade como uma massa homogênea de indivíduos, sendo que estes são considerados iguais e não distinguíveis.
- (B) Trabalha com a ideia de que a massa não possui regras de comportamento, tradições e cultura organizacional.
- (C) A Teoria Hipodérmica trabalha com a ideia de um isolamento do indivíduo, pois não vê contato relacional entre os cidadãos, que interagem pouco entre si.
- (D) É também conhecida como a Teoria Bala Mágica, pois apresenta um forte impacto atribuído à mensagem enviada pelos meios de comunicação.
- (E) Busca explicitar a forma como atuam e as funções dos meios de comunicação de massa na sociedade, analisando sua forma de produção e difusão cotidiana das mensagens.
- 41. O Capítulo IV – As Responsabilidades, apresentado no CONAR (Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária), discorre sobre a responsabilidade do Anunciante, Agência e Veículos quanto à publicidade realizada e veiculada no mercado. Quanto às responsabilidades da Agência, assinale a alternativa correta.**
- (A) É recomendada, à Agência, a criação de um sistema de controle e recepção dos anúncios, como medida preventiva, evitando problemas durante sua veiculação.
- (B) A responsabilidade da Agência, quanto à veiculação do anúncio, será equiparada à do Anunciante, sempre que a veiculação do anúncio contrariar os termos de recomendação apresentados pelo CONAR.
- (C) É de responsabilidade da Agência o cuidado na elaboração do anúncio, de modo a habilitar o Anunciante a cumprir sua responsabilidade e, com ele, responder solidariamente pela obediência aos preceitos do CONAR.
- (D) É de única responsabilidade da agência recusar anúncio que possa causar polêmica ou de que não se tenha conhecimento da fonte e autoria da peça.
- (E) Cabe à Agência recusar anúncios que venham de seus clientes e não possuam identificação do patrocinador ou que não respeitem sua linha editorial e de programação.
- 42. O Anexo “F” do CONAR (Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária) apresenta as orientações referentes às campanhas publicitárias para Lojas e Varejo. Com base nesse anexo e nas orientações do CONAR, assinale a alternativa que apresenta corretamente as determinações e orientações quanto à apresentação do preço nas campanhas publicitárias para venda dos produtos de Lojas e Varejo.**
- (A) Para a oferta de produtos com venda a crédito, deve-se apresentar o preço à vista, o número de pagamentos, os valores da entrada e da prestação e o valor total do financiamento.
- (B) Em anúncio no qual ocorra a menção da redução de preços, fica a critério do anunciante mencionar ou não ambos os valores, ou seja, o antigo e o novo.
- (C) Para as propagandas de vendas a crédito, são permitidas as alegações exageradas quanto à facilidade no processo de abertura de crédito, além da não necessidade de apresentação do preço.
- (D) Em caso de venda a crédito, a organização, em sua publicidade, deve apresentar somente o preço à vista, sem necessidade do valor das parcelas e do total final a ser pago.
- (E) Quando a oferta envolver produtos descontinuados ou sem garantia do fabricante, não há necessidade de se apresentar o preço do produto, a não ser em caso de produtos novos no mercado.

**43. Assinale a alternativa que define corretamente o conceito de *crossmedia*.**

- (A) É a totalidade dos valores das mídias, sendo necessário analisar se esses valores permitem alcance e frequência necessários para atingir os objetivos da organização com a campanha no mercado.
- (B) Ocorre quando se trabalha com a distribuição de mídia, por meio de um planejamento conjugado, ou seja, utilizam-se diversos meios de comunicação com o objetivo de se atingir uma audiência específica.
- (C) São as mídias consideradas locais, e que apresentam como vantagem a visibilidade da publicidade em áreas relevantes para a venda dos produtos ou serviços das organizações.
- (D) O conceito de *crossmedia* está relacionado à integração dos objetivos de mídia, marketing e comunicação da campanha publicitária da organização, em busca de resultados positivos.
- (E) Também é conhecido como mídia não medida, sendo aquelas mídias que não são mensuradas constantemente e não permitem conhecer, exatamente, o público que está sendo exposto a estas.

**44. A publicidade na web vem sendo muito utilizada no dia a dia das ações de comunicação. Assim, assinale a alternativa que apresenta corretamente 2 características da Publicidade na Web.**

- (A) Permite o uso de diferentes formatos de anúncios e não possibilita o alcance de mercados globais.
- (B) Tem baixo custo para os anunciantes e possibilidade de mensuração dos resultados com a coleta de dados sobre a eficiência do anúncio.
- (C) Permite *feedback* das mensagens enviadas e é usada somente para a venda de produtos e serviços, não trabalhando com ações institucionais da marca.
- (D) Apresenta alto custo e múltiplas formas de mensuração de resultados, por meio das ferramentas de análise de resultados.
- (E) Apresenta baixo custo, devido aos espaços de veiculação na web apresentarem valores relativamente baixos e poucas ferramentas de auxílio na busca de informação sobre o comportamento dos usuários.

**45. Dentro da Cultura da Convergência, é possível verificar a relação entre 3**

**conceitos, sendo eles: a convergência dos meios, a cultura participativa e a inteligência coletiva. Assinale a alternativa correta quanto à cultura participativa.**

- (A) Está relacionada ao fluxo de conteúdos, por meio de múltiplas plataformas de mídia.
- (B) Trata-se de uma nova forma cultural, envolvendo apenas a propagação tecnológica de informações, sem a participação dos consumidores no processo.
- (C) Está relacionada ao fato de que o consumo tornou-se um processo individual, sendo essa forma de cultura vista como uma fonte alternativa de poder midiático.
- (D) Não representa uma mudança na forma como os públicos encaram suas relações com as mídias.
- (E) Ocorre pela interação do consumidor no processo de comunicação, pois ele deixa de ser apenas um receptor passivo e passa a participar, criando e compartilhando conteúdos e informações de forma coletiva.

**46. A ética na publicidade é apresentada e discutida pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, o qual, dentre as suas exposições, discute e apresenta recomendações para a atuação dos profissionais da publicidade no mercado. Sobre essas recomendações, assinale a alternativa correta.**

- (A) É permitido, desde que a empresa autorize, que o profissional de propaganda, que trabalha para uma determinada entidade, possa atuar e trabalhar de forma colaborativa a outra empresa concorrente.
- (B) A utilização de ideias, planos e materiais de uma agência, pelo cliente que não possui mais contrato com esta, é considerada ação moral e correta pelos profissionais da publicidade.
- (C) Considera-se aceitável, sendo permitido, que o profissional de propaganda busque “destruir” ou impedir a divulgação das campanhas de seus concorrentes no mercado.
- (D) Pelo código, é considerada imoral a utilização de ideias, planos ou material de uma Agência de Propaganda por parte do cliente que porventura dela se desligar.
- (E) É permitida, e pode-se realizar, a fixação de verbas de propaganda impostas por convênios, entre anunciantes.

**47. Linguagem Audiovisual faz parte do dia a dia da publicidade, cabendo a seus profissionais compreender seu conceito e função. Com base nessas informações, assinale a alternativa que define corretamente Linguagem Audiovisual.**

- (A) Só há sentido em se falar de linguagem audiovisual para cada meio, quando o receptor da mensagem possuir conhecimento técnico e específico para conceber e transmitir um produto audiovisual.
- (B) Os estudos e conceitos da linguagem audiovisual possuem relação somente com as teorias da semiótica, não havendo relação com a psicologia, a iconografia e a própria linguagem.
- (C) A Linguagem Audiovisual é composta e definida por todos os elementos que compõem uma cena, como o cenário, elenco, figurino e o enquadramento da câmera, e que contribuem para ambientar, identificar, comunicar e subjetivar essa linguagem.
- (D) Apesar de pertencer à publicidade, a Linguagem Audiovisual não apresenta como objetivos seduzir e influenciar o público-alvo da organização ao consumo, mas apenas transmitir informações institucionais ao mercado.
- (E) Aos emissores da Linguagem Audiovisual, cabe a função de ver, escutar e interagir com o conteúdo que lhes é transmitido, sendo esse processo realizado por meio da receptividade dos conteúdos e das informações da publicidade no mercado.

**48. Assinale a alternativa que define corretamente a responsabilidade da Produção Eletrônica na Publicidade.**

- (A) É de responsabilidade da Produção Eletrônica a encomenda, a supervisão e a execução, junto às produtoras especializadas, de materiais como *jingles*, *spots*, trilhas sonoras, filmes e demais materiais audiovisuais.
- (B) Trabalha com a preparação e a criação de materiais audiovisuais, por meio da diagramação final de textos, artes, ilustrações e fotografias, e que serão divulgados em anúncios de revistas e jornais.
- (C) É responsável pela pré-impressão, que envolve o tratamento de imagens e a impressão de materiais para correções e aprovações, além da própria impressão

dos materiais de divulgação de uma campanha publicitária.

- (D) Tem a responsabilidade de cuidar da veiculação, de maneira adequada, aos públicos da organização, por meio da definição dos meios e veículos que se encaixam com o perfil do público do anunciante.
- (E) Executa a função de prestar assessoria aos clientes da agência, por meio de uma assistência, administrando sua conta, além de acompanhar o desenvolvimento de seus projetos e campanhas dentro da agência.

**49. A realização do Plano de Mídia permite que a agência defina para seu anunciante os melhores meios, veículos e estratégias a serem usados. E uma das estratégias a ser usada é a de Inbound Marketing. Assinale a alternativa correta quanto ao Inbound Marketing na publicidade.**

- (A) Trabalha com o uso de ferramentas online que, na maioria das vezes, são gratuitas, como blogs e redes sociais, sem a necessidade de investimentos exorbitantes por parte do anunciante.
- (B) A ferramenta de Inbound Marketing não é recomendada para as organizações e anunciantes que estão iniciando suas atividades no mercado, devido ao baixo investimento.
- (C) O Inbound Marketing é utilizado para atrair todas as pessoas, independente se estas buscam ou não o que a organização e o anunciante estão oferecendo no mercado.
- (D) Apesar de ser uma ferramenta online, o Inbound Marketing não permite a presença da organização e do anunciante nas redes sociais, somente por meio do e-mail marketing.
- (E) Para trabalhar o Inbound Marketing é necessário e importante que as organizações e anunciantes, possuam um alto orçamento destinado ao Marketing Digital.

**50. Para mensurar e analisar os dados e resultados conseguidos com o uso das mídias digitais, a publicidade utiliza diversas metodologias e técnicas. Partindo da premissa que envolve a coleta de dados no *Facebook*, são realizados mapeamentos e abordagens para elencar as redes a serem pesquisadas. Quanto a essas formas de mapeamento, assinale a alternativa correta.**

- (A) A busca por *Queries* ocorre depois do tratamento e da preparação dos dados, sendo que o responsável pela busca de informações realiza o processo final de análise e visualização das redes.
- (B) A pesquisa pela Etnografia envolve a busca para que sejam encontrados blogs ou páginas criadas pela audiência, mas que não representam órgãos institucionalizados.
- (C) O *Desk Research* envolve a pesquisa inicial sobre o campo a ser analisado, com o levantamento, por meio de uma pesquisa documental, das publicações na imprensa, de consulta a especialistas, de leitura de relatórios e da busca por outras fontes disponíveis.
- (D) O mapeamento Bola de Neve tem como objetivo revisar os resultados e excluir as unidades não publicadas acerca do tema de interesse a ser pesquisado.
- (E) A análise de redes ocorre quando há buscas adicionais pela API do Facebook utilizando palavras-chave, com o objetivo de se localizar páginas que contenham esses termos em seu nome e que não foram listadas em outras buscas.

.....  
**ATENÇÃO!**

Não se ESQUEÇA de marcar, na Folha de Respostas, o número de sua prova indicado na capa deste caderno.  
.....

