

NOME DO CANDIDATO

ASSINATURA DO CANDIDATO

RG DO CANDIDATO

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO

INSTRUÇÕES GERAIS

- I. Nesta prova, você encontrará **10 (dez) páginas** numeradas sequencialmente, contendo **60 (sessenta) questões objetivas** correspondentes às seguintes disciplinas: **Língua Portuguesa 10 (dez) questões, Raciocínio Lógico 5 (cinco) questões, Noções de Informática 5 (cinco) questões, Legislação Aplicada ao SUS 5 (cinco) questões, Legislação Aplicada à EBSEH 5 (cinco) questões e Conhecimentos Específicos 30 (trinta) questões.**
- II. Verifique se seu nome e número de inscrição estão corretos na Folha de Respostas. Se houver erro, notifique o fiscal.
- III. Verifique se o Caderno de Questões se refere ao cargo para o qual você se inscreveu. Caso o cargo esteja divergente, solicite ao fiscal de sala para que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
- IV. Verifique se a impressão, a paginação e a numeração das questões estão corretas. Caso observe qualquer erro, notifique o fiscal.
- V. Assine e preencha a Folha de Respostas nos locais indicados, com caneta azul ou preta.
- VI. Marque a Folha de Respostas cobrindo fortemente o espaço correspondente à letra a ser assinalada, conforme o exemplo na própria Folha de Respostas.
- VII. O sistema de leitura e processamento das Folhas de Respostas não registrará a resposta em que houver falta de nitidez na marcação e/ou marcação de mais de uma alternativa.
- VIII. A Folha de Respostas não pode ser dobrada, amassada, rasurada ou manchada. Exceto sua assinatura, nada deve ser escrito ou registrado fora dos locais destinados às respostas.
- IX. Ao terminar a prova, entregue ao fiscal a Folha de Respostas e este Caderno. As observações ou marcações registradas neste Caderno não serão levadas em consideração.
- X. **Você dispõe de 04 (quatro) horas para fazer esta prova. Reserve os 20 (vinte) minutos finais para marcar a Folha de Respostas.**
- XI. O candidato só poderá retirar-se do setor de prova **02 (duas) horas** após seu início.
- XII. É terminantemente proibido o uso de telefone celular e demais aparelhos eletrônicos.

Boa Prova!

.....
DESTAQUE AQUI

Nome:

Assinatura do Candidato:

Inscrição:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60															
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>															

RASCUNHO

Leia com atenção os dois textos a seguir para responder às questões de 1 a 6.

[Texto 1]

Trecho do artigo Trabalho e Existência produzido pelo Sesc São Paulo.

As atividades humanas designadas como trabalho, para além de seu caráter utilitário, também são responsáveis por construir identidades. Uma vez que organizam o tempo, determinam as relações entre os indivíduos e configuram sua autorrepresentação, torna-se compreensível que nos entendamos em função das atividades laborais que exercemos.

Catálogo impresso Publicação Sesc SP - **Nós, criação, trabalho e cidadania**. Novembro de 2019.

[Texto 2]



Fonte: https://miro.medium.com/max/1428/1*KnVD0-e3SVhEsygcJ6Lmg.jpeg

1) Sobre a interpretação dos textos, analise as afirmativas abaixo.

- I. Os dois textos pactuam do mesmo ponto de vista sobre o trabalho.
- II. Os dois textos lidos em sequência geram uma relação de descontinuidade na compreensão de trabalho.
- III. Os dois textos lidos em sequência geram uma relação de contiguidade na compreensão de trabalho.

Assinale a alternativa correta.

- a) Apenas a afirmativa I está correta.
- b) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
- c) Apenas a afirmativa II está correta.
- d) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.
- e) Apenas a afirmativa III está correta.

2) Sobre a interpretação dos textos, assinale a alternativa correta.

- a) O [texto 1] é uma sequência tipológica injuntiva enquanto a tirinha [texto 2] representa uma sequência tipológica narrativa.
- b) Por ambos os textos terem como função “vender” uma ideia sobre trabalho, eles podem ser considerados sequências tipológicas propagandísticas.
- c) O [texto 1] apresenta uma sequência explicativa sobre uma ideia de trabalho, enquanto a tirinha [texto 2] apresenta uma menção denotativa sobre trabalho por meio da dúvida do personagem.
- d) A tirinha [texto 2] faz uso da fala de personagens que mesmo representando o público infantil promove uma reflexão profunda sobre o trabalho na vida adulta.
- e) O [texto 1] por ser ficcional promove um olhar romantizado e errôneo da concepção de trabalho.

3) Quanto à principal distinção de ponto de vista dos dois textos, assinale a alternativa correta.

- a) Enquanto o primeiro texto apresenta uma sequência de descrições sobre o trabalho e a constituição identitária dos sujeitos, a dúvida do personagem da tirinha denuncia uma percepção de trabalho que rouba a vida de quem o realiza.
- b) Eles se distinguem por serem aleatórios na apresentação propositiva confundindo o leitor sobre o foco pretendido por eles enquanto tema.
- c) A tese que sustenta o [texto 1] fundamenta-se no senso comum sobre o trabalho, enquanto a tese da tirinha está assentada em pesquisas e estatísticas brasileiras.
- d) O sentido de contradição entre os textos pode ser pensado pelo primeiro quadrinho ser uma afirmação e o segundo quadrinho uma interrogação.
- e) Os textos se diferem enquanto estrutura por mais que os argumentos e o ponto de vista de ambos coincidam.

4) Assinale a alternativa que indica o sentido correto do emprego do termo “para” no trecho: “Trabalhar para ganhar a vida”.

- a) Conclusivo.
- b) Finalidade.
- c) Explicativo.
- d) Concessivo.
- e) Alternativo.

5) Assinale a alternativa correta que contenha a expressão mais condizente com a interpretação sobre trabalho proposta pelo [texto 1].

- a) O único lugar em que o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário.
- b) Deus ajuda quem cedo madruga.
- c) Tempo é dinheiro.
- d) Cabeça vazia, oficina do diabo.
- e) O trabalho enobrece o homem.

6) Analise as afirmativas abaixo em relação ao [texto 1] e dê valores Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- () No trecho “As atividades humanas designadas como trabalho, para além de seu caráter utilitário”, os termos destacados são classificados como adjetivos.
- () A palavra “também” é um advérbio de exclusão.
- () No trecho “Uma vez que organizam o tempo”, o termo destacado funciona sintaticamente como Objeto Direto.
- () O trecho “que nos entendamos em função das atividades laborais.” É classificado sintaticamente como Oração Subordinada Completiva Nominal.
- () O trecho “que exercemos” é classificado sintaticamente como Oração Subordinada Adjetiva Restritiva.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- a) F, F, V, V, V.
- b) V, V, F, F, F.
- c) F, F, V, F, F.
- d) V, F, V, F, V.
- e) V, F, F, V, V.

Leia com atenção a reportagem abaixo para responder às questões de 7 a 11.

Adaptado

A terceira edição da pesquisa Nossa Escola em (Re) Construção ouviu estudantes dos ensinos fundamental e médio e mostrou que 64% deles “consideraram importante” ter psicólogo na escola para atendê-los.

Os jovens querem profissionais de psicologia na escola “tanto no apoio para lidar com sentimentos, quanto para orientar sobre o que venham a fazer no futuro”.

“Há uma preocupação entre os alunos de que as escolas apoiem no desenho do futuro deles”, destaca Tatiana Klix, diretora da Porvir, uma plataforma que produz conteúdos de apoio a educadores, que também esteve à frente da pesquisa.

A atuação permanente de psicólogos nas escolas está prevista em projeto de lei (PL) aprovado pelo Congresso Nacional.

A pesquisa ouviu 258.680 estudantes, de 11 a 21 anos, de todo o Brasil. A maior participação na pesquisa foi de estudantes da Região Sudeste (63,5%). A maioria passou a maior parte da vida escolar em escolas públicas (93,4%), tinha de 15 a 17 anos (58%), é formada de meninas (52%) e se define de cor parda (42%).

Fonte: <https://www.metrojornal.com.br/foco/2019/11/30/maioria-estudantes-psicologo-escolas.html>

7) A partir da interpretação do texto acima, assinale a alternativa correta.

- Trata-se de uma reportagem baseada em estatísticas internacionais e que sustenta os argumentos necessários para a aprovação do PL pelo Congresso Nacional.
- A demanda dos estudantes por profissionais da educação se deve a uma necessidade tanto de saúde emocional como de orientação vocacional.
- Por tratar-se de uma pesquisa feita tanto com alunos do ensino fundamental como do ensino médio nada podemos inferir sobre a necessidade de profissionais da saúde mental para aluno da primeira infância.
- O resultado da pesquisa sustenta-se, majoritariamente, na demanda de estudantes de escolas da rede pública e dividi-se igualmente pela escuta de pessoas do sexo feminino e do sexo masculino.
- Sabemos pelo texto que a pesquisa não ouviu estudantes da rede de ensino privado por compreender que a maior necessidade por auxílio psíquico advém das pessoas que não podem pagar pelo ensino.

8) Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas do trecho a seguir, respeitando o sentido pretendido pelo texto e a Gramática Normativa da Língua Portuguesa.

“_____ no apoio para lidar com sentimentos, _____ para orientar sobre o que venham a fazer no futuro”.

- Seje / seja.
- Seja / como.
- Quiça / seja.
- Mas / mais.
- Mais / menos.

9) Leia o trecho: ‘Há uma preocupação entre os alunos de que as escolas apoiem no desenho do futuro deles’, destaca Tatiana Klix, diretora da Porvir, uma plataforma que produz conteúdos de apoio a educadores, que também esteve à frente da pesquisa.’ e assinale a alternativa incorreta.

- O verbo “haver” é impessoal.
- A palavra “entre” é, morfologicamente, uma preposição.
- A expressão “uma plataforma” é composta, respectivamente, por um artigo indefinido e um substantivo.
- Em “apoio a educadores”, a palavra “a” é uma preposição.
- Em “que também esteve”, a palavra “que” é uma conjunção.

10) De acordo com as regras de concordância verbal e nominal, assinale a alternativa correta.

- As dificuldades socioemocionais representam problemas muito graves e presentes na vida de adolescentes de vários níveis social.
- A presença de profissionais da área de psicologia é uma reivindicação e direito dos jovens que, na rede de ensino, tem necessidade de apoio psicológico.
- A necessidade de auxílio psicológico, por meio da presença de profissionais da área de saúde mental nas escolas, deve ser um fato observado pelas autoridades.
- Os direitos devem ser cumpridos para que haja condições saudável de convivência entre os jovens na idade escolar.
- Os pais e responsáveis devem ficar atentos com quem os adolescentes convive no seu cotidiano.

RACIOCINIO LÓGICO

11) Considerando que os símbolos \wedge , \vee , \rightarrow e \leftrightarrow representem operadores lógicos e significam “e”, “ou”, “então” e “se e somente se”, respectivamente, analise os seguintes testes lógicos e dê valores de Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- () $(32-3 \times 12 = -4 \wedge 12+15=27)$
() $(15+2 \neq 17 \vee 18-9=9)$
() $(12 \div 4=4 \leftrightarrow 25-13=12)$
() $(48 \div 4 = 12 \rightarrow 16+17 \neq 33)$
() $(13 + 12 = 9 \vee 1+1=3)$

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- V, F, V, F, V
- V, V, F, F, F
- F, F, V, V, V
- V, F, F, V, V
- F, V, F, V, F

12) Se A e B simbolizam, respectivamente, as proposições “João recebe uma promoção no emprego” e “João compra um carro novo”, considere a proposição composta $A \rightarrow B$ para analisar as afirmações.

- A proposição composta $A \rightarrow B$ é falsa se A é falsa e B é falsa.
- A proposição composta $A \rightarrow B$ é verdadeira se B é verdadeira e A é verdadeira.
- A proposição composta $A \rightarrow B$ é verdadeira se A é falsa e B é verdadeira.

Assinale a alternativa correta.

- Apenas a segunda afirmação é verdadeira
- Apenas a terceira afirmação é falsa
- Apenas a segunda afirmação é falsa
- Todas as afirmações são verdadeiras
- Apenas a primeira afirmação é falsa

13) Dada a sentença

“Ou Camila é médica ou Ana é dentista.”

Assinale a alternativa que apresenta a negação das proposições anteriores.

- Camila não é médica e Ana não é dentista
- Camila não é médica ou Ana não é dentista
- Se Camila não é médica então Ana não é dentista
- Camila é médica se e somente se Ana é dentista
- Se Camila é médica então Ana é dentista

14) Considerando o conjunto de números inteiros de três algarismos, analise as afirmativas abaixo.

- I. Existem 56 números menores que 800, terminados em 0 e cujo algarismo da dezena é menor ou igual a 7.
- II. Existem 90 números pares, maiores que 350 cujo algarismo da dezena é igual a 2, 5 ou 9.
- III. Existem 500 números cujo algarismo da centena é ímpar ou algarismo da dezena é ímpar.

Assinale a alternativa correta.

- a) A primeira afirmação é verdadeira
- b) A terceira afirmação é verdadeira
- c) A primeira e a segunda afirmação são verdadeiras
- d) A segunda e a terceira afirmações são verdadeiras
- e) A segunda afirmação é verdadeira

15) Analise as sentenças a seguir, verificando quais resultam em valores lógicos verdadeiros e quais resultam em valores lógicos falsos. Considere que os símbolos \rightarrow e \leftrightarrow representam os operadores lógicos “se...então” e “se e somente se”, respectivamente.

- () A probabilidade de se escolher, ao acaso, um número maior que 6 no conjunto $A = \{2,5,8,25,1,12\}$ é de 50%.
- () A negação da negação de uma proposição, resulta na própria proposição.
- () $(5 - 2 = 2) \rightarrow (5 + 2 = 8)$.
- () $(\sqrt{169} > \sqrt{225}) \leftrightarrow (4 > 3)$.

De acordo com as sentenças apresentadas, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo dos valores lógicos das proposições.

- a) V, F, F, V
- b) F, V, F, V
- c) V, V, V, F
- d) F, V, V, F
- e) V, V, F, V

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

16) Em relação às Ferramentas de Busca, analise as afirmativas abaixo e dê valores Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- () Ferramentas de Busca são ferramentas online utilizadas para encontrar todo o tipo de conteúdo a partir do uso de palavras-chave.
- () As principais Ferramentas de Busca compartilham das mesmas bases de dados.
- () Três Ferramentas de Busca muito usadas no mundo são: Bing, Yahoo e Ask.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- a) V, F, F d) V, V, F
- b) V, F, V e) F, F, V
- c) F, V, V

17) Atualmente a maioria dos hospitais possuem redes de computadores. O que determina os diferentes tipos de redes são as necessidades que elas devem atender. Três formatos comuns em redes de computadores são:

- a) PAN - LAN - WAN
- b) XAN - YAN - ZAN
- c) AAN - BAN - CAN
- d) KAN - LAN - NAN
- e) 1AN - 2AN - 3AN

18) Em um Editor de Planilha do Pacote Microsoft Office, temos a seguinte fórmula expressa: =B3-A2. Isso representa que:

- a) o valor de A2 é maior que o valor especificado na célula B3
- b) teremos o resultado do intervalo expresso entre a célula B3 e a célula A2
- c) deve-se retirar da célula B3 o valor especificado na célula A2
- d) tanto o valor de B3, como o valor de A2, tem valores matematicamente iguais
- e) o valor de B3 é maior que o valor especificado na célula A2

19) Leia a frase abaixo referente a Sistema Operacional e Software:

“Dentro dos vários Sistemas Operacionais que encontramos no mercado o _____ e o _____ se destacam atualmente.”

Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas.

- a) Outlook / Windows
- b) Linux / Oracle
- c) Oracle / Windows
- d) Linux / Outlook
- e) Linux / Windows

20) Assinale, das alternativas abaixo, a única que identifica corretamente uma das principais funcionalidades dos Editores de Apresentação do Pacote Microsoft Office.

- a) ajuste automático de memória
- b) processamento do desvio padrão
- c) paralelização de operações pesadas
- d) efeitos de transição de slides
- e) monitoramento do processamento da CPU

LEGISLAÇÃO APLICADA AO SUS

21) É previsto na Lei nº 8.080/1990, em seu Capítulo VI no Art. 1º, sobre o subsistema e atendimento domiciliar, incluído pela Lei nº 10.424/2002, que dispõe sobre os atendimentos e internações domiciliares no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS). Com base no exposto, assinale a alternativa correta.

- a) Na modalidade de assistência de atendimento e internação domiciliares incluem-se, principalmente, os procedimentos médicos, de enfermagem, fisioterapêuticos, psicológicos e de assistência social, entre outros necessários ao cuidado integral dos pacientes em seu domicílio
- b) Na modalidade de assistência de atendimento e internação domiciliares incluem-se os procedimentos médicos e de enfermagem, não havendo necessidade entre outras áreas para este tipo de cuidado
- c) O atendimento e a internação domiciliares serão realizados por equipes, exclusivamente médicas, que atuarão nos níveis da medicina preventiva, terapêutica e reabilitadora
- d) O atendimento e a internação domiciliares só poderão ser realizados por indicação da família, sem a concordância com a equipe médica
- e) O atendimento e a internação domiciliares só poderão ser realizados por indicação médica, sem a necessidade de concordância do paciente ou de sua família

22) Leia abaixo parte do Art. 1º da Lei nº 8142/1990, que discorre sobre a participação popular no Sistema Único de Saúde (SUS).

“O Conselho de Saúde, em caráter permanente e deliberativo, órgão colegiado composto por representantes do governo, prestadores de serviço, _____ e _____, atua na formulação de estratégias e no controle da execução da política de saúde na instância correspondente, inclusive nos aspectos econômicos e financeiros, cujas decisões serão homologadas pelo chefe do poder _____ constituído em cada esfera do governo”.

Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas

- a) profissionais de saúde / usuários / ilegalmente
- b) médicos / sanitaristas / verbalmente
- c) profissionais de saúde / usuários / legalmente
- d) profissionais de saúde / sanitaristas / legalmente
- e) médicos / usuários / legalmente

23) Os serviços de saúde devem garantir a segurança do seu paciente. Para auxiliar nesse manejo do cuidado, foi criada a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) de nº 36, de 25 de julho de 2013, com objetivo de instituir ações para promoção da segurança do paciente e a melhoria da qualidade nos serviços de saúde. Em relação à vigilância, monitoramento e notificações de eventos adversos, assinale a alternativa correta.

- a) A notificação dos eventos adversos, para fins desta Resolução, deve ser realizada semestralmente pelo Núcleo de Segurança do Paciente (NSP), até o 15º (décimo quinto) dia útil do mês subsequente ao mês de vigilância, por meio das ferramentas eletrônicas disponibilizadas pela Anvisa
- b) Os eventos adversos que evoluírem para óbito devem ser notificados em até 72 (setenta e duas) horas a partir do ocorrido
- c) A notificação dos eventos adversos, para fins desta Resolução, deve ser realizada mensalmente pelo Núcleo de Segurança do Paciente (NSP), até o 20º (vigésimo) dia útil do mês subsequente ao mês de vigilância, por meio das ferramentas eletrônicas disponibilizadas pelo Ministério da Saúde
- d) Os eventos adversos que evoluírem para óbito devem ser notificados em até 24 (vinte e quatro) horas a partir do ocorrido
- e) Os eventos adversos que evoluírem para óbito devem ser notificados em até 48 (quarenta e oito) horas a partir do ocorrido

24) O Conselho Nacional de Saúde é procurado por várias instâncias como: usuários, trabalhadores, gestores, diferentes entidades da sociedade civil (como Organizações não governamentais e órgãos de exercício profissional), entre outros, com a finalidade de sanar dúvidas e obter esclarecimentos sobre o plano de gestão. Neste sentido, também é indicado aos membros dos conselhos de saúde fiscalizar o andamento dos serviços. Em relação à fiscalização dos conselheiros de saúde, analise as afirmativas abaixo e dê valores Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- () “É recomendada a leitura do Plano de Saúde e as deliberações apresentadas no relatório da última Conferência de Saúde da cada região.”
- () “São indicadas visitas às unidades de saúde, sem agendamento ou aviso prévio, com a finalidade de analisar a compatibilidade do serviço com critérios pré-definidos.”
- () “É orientado conversar com usuários e com trabalhadores de saúde, levantando informações e percepções sobre a qualidade e deficiências dos serviços de saúde.”

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- a) F, V, F
- b) V, V, V
- c) V, F, F
- d) V, V, F
- e) V, F, V

25) Os determinantes sociais da saúde interferem diretamente no processo saúde-doença e ditam o mapa de saúde de uma região. Esses determinantes sociais referem-se aos fatores sociais, culturais, étnicos/raciais, psicológicos e comportamentais que influenciam a ocorrência de problemas de saúde e seus fatores de risco na população. Em relação aos determinantes sociais da saúde, assinale a alternativa correta.

- a) No Brasil, com a finalidade de identificar com menor precisão os fatores ambientais que determinam a saúde, foi criada a Comissão Nacional sobre Determinantes Sociais da Saúde
- b) No Brasil, com a finalidade de identificar com maior precisão os fatores genéticos e hereditários que determinam a saúde, foi criada a Comissão Nacional sobre Determinantes Sociais da Saúde
- c) No Brasil, com a finalidade de identificar com maior precisão os fatores sociais que determinam a saúde, foi criada a Comissão Global sobre Determinantes Sociais da Vida
- d) No Brasil, com a finalidade de identificar com maior precisão os fatores sociais que determinam a saúde, foi criada a Comissão Nacional sobre Determinantes Sociais da Saúde
- e) No Brasil, com a finalidade de identificar com maior precisão os fatores biopsicossociais que determinam a doença, foi criada a Comissão Nacional contra os Determinantes Culturais da Saúde

LEGISLAÇÃO APLICADA À EBSEH

26) No Capítulo XVI do Estatuto da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSEH), é tratado sobre a auditoria interna, que é vinculada ao Conselho de Administração, diretamente ou por meio do comitê de auditoria. Sobre a auditoria interna da EBSEH, analise as afirmativas abaixo e dê valores Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- () “Compete executar as atividades de auditoria de natureza contábil, financeira, orçamentária, administrativa, patrimonial e operacional da empresa.”
- () “Cabe propor as medidas preventivas e corretivas dos desvios detectados.”
- () “Deve verificar o cumprimento e a implementação pela empresa das recomendações ou determinações do Ministério da Saúde, da Controladoria Geral da União, do Tribunal de Contas do Estado e do Conselho Executivo.”

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- a) V, V, V
- b) V, V, F
- c) V, F, F
- d) F, F, F
- e) F, F, V

27) Leia abaixo o Art. 6º da Lei nº 12.550/2011.

“A EBSEH, respeitado o princípio da autonomia _____, poderá _____ os serviços relacionados às suas competências mediante contrato com as instituições _____ de ensino ou instituições congêneres”.

Assinale a alternativa que preencha correta e respectivamente as lacunas.

- a) hospitalar / prestar / privadas
- b) hospitalar / prestar / públicas
- c) universitária / prestar / federais
- d) universitária / negar / federais
- e) universitária / prestar / privadas

- 28) De acordo com o Capítulo III do Código de Ética e Conduta da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH), sobre os compromissos de conduta, os princípios éticos e morais são fundamentais para o trabalho. Em relação ao Art. 6º, sobre os princípios e valores norteadores e compromissos de conduta, assinale a alternativa **incorreta**.
- Os valores e compromissos devem estar refletidos nos relacionamentos nos âmbitos interno e externo à Empresa, sempre zelando pela imagem, reputação e integridade da EBSERH
 - A marca da empresa e o conhecimento produzido internamente no desenvolvimento de suas atividades ou em parceria são patrimônios institucionais e devem ser sempre protegidos por todos colaboradores
 - A propriedade intelectual da empresa diz respeito ao seu direito de proteção às ideias e criação desenvolvidas internamente ou em parceria e inclui sua marca, patentes, direitos autorais, registro de software, dentre outros
 - Os valores e compromissos da empresa, com base em seu patrimônio capital e intelectual, não são regidos pelos aspectos éticos e morais de conduta, pois se norteiam com base administrativa e executiva
 - Deve-se proteger a marca e a propriedade intelectual do mau uso, desvios ou utilização para benefícios pessoais

29) O Código de Ética e Conduta da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH) baliza os princípios e valores requeridos pela empresa, sob responsabilidade da Comissão de Ética da EBSERH (CEE). Em relação à CEE, analise as afirmativas abaixo e dê valores Verdadeiro (V) ou Falso (F).

- “Compete à CEE a divulgação, implementação e atualização do Código de Ética e Conduta, a resposta a consultas éticas, bem como a apuração de denúncias de descumprimento de conduta ética.”
- “Qualquer pessoa poderá entrar em contato com a CEE, pelos canais de comunicação indicados na intranet e internet, sendo assegurado parcial sigilo e confidencialidade das informações.”
- “A denúncia de uma conduta contrária aos preceitos éticos poderá ser feita por qualquer cidadão, empregado da EBSERH ou não.”

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- V, F, V
- V, V, V
- F, V, F
- V, V, F
- F, F, F

30) A Assembleia Geral é o órgão máximo da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH), com poderes para deliberar sobre todos os negócios relativos ao seu objeto. Em relação à Assembleia Geral, assinale a alternativa correta.

- As deliberações serão registradas no livro de atas, que não podem ser lavradas em forma de sumário dos fatos ocorridos e serão divulgadas exclusivamente no Diário Oficial da União em sua versão impressa
- Os trabalhos da Assembleia Geral são dirigidos pelo Presidente da União ou pelo substituto que esse vier a designar
- A Assembleia Geral realizar-se-á ordinariamente 2 (duas) vezes por ano e extraordinariamente sempre que necessário
- A Assembleia Geral será convocada pelo Conselho Executivo ou, nas hipóteses admitidas em lei, pelo Conselho Administrativo, pelo Conselho Fiscal ou pela União
- A Assembleia Geral é composta pela União, representada pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional

31) O termo Long Tail, (literalmente “Cauda Longa” na tradução para o português) ganhou destaque após a publicação de um artigo do autor Chris Anderson sobre o tema. O conceito viralizou ainda mais na Publicidade, no Marketing Digital e no comércio online da internet, depois do livro escrito pelo mesmo autor, em 2006, intitulado de “A cauda longa — do mercado de massa para o mercado de nicho”. Assinale a alternativa que apresenta exatamente a que se refere esse termo e o conceito estratégico descrito por Chris Anderson.

- Cauda longa é um termo que se refere a uma estratégia que busca atingir várias coisas com grande procura, em vez de focar em poucas coisas e com poucos pedidos
- Se refere a uma estratégia que busca atingir várias coisas com baixa procura, em vez de focar em poucas coisas e com muitos pedidos. Ou seja, a cultura e economia mais voltadas para públicos específicos e segmentados. Os pequenos nichos de público-alvo
- Cauda longa é um termo que se refere a uma estratégia que busca atingir várias coisas independentemente da procura. Ou seja, sem público alvo
- Cauda longa se refere a uma estratégia que busca exclusivamente atingir poucas coisas que não geram muitos pedidos, desconsiderando público alvo
- É o conceito cuja representação pode se dar por uma imagem de um dinossauro com a cauda no chão, tendo no topo as coisas mais específicas e com menos demanda

32) De acordo com a intencionalidade do enunciador (ou locutor) do discurso linguístico, a linguagem possui diversas funções. Elas, no entanto, compartilham a mesma intenção: de interagir com o receptor da imagem (interlocutor).

Em 1960 essas funções foram estruturadas pelo linguista russo Roman Jakobson (1896-1982). Segundo os estudos de Jakobson, a linguagem possui seis funções, sendo a linguagem publicitária sobretudo de “função conativa”, mas que pode também apresentar a “função poética”, em alguns casos. Assinale a alternativa que apresenta as características da função conativa.

- informar sobre algo no sentido denotativo, ou seja, destituída de subjetividade, por exemplo, os textos jornalísticos
- discursos marcados pela subjetividade do locutor, por exemplo, os diários pessoais, repletos de emoções e sentimentos do autor
- de caráter subjetivo, essa função é característica dos textos literários, por exemplo, os poemas. Entretanto, ela pode ser usada na linguagem publicitária
- utilizada para interromper ou estabelecer a comunicação e a interação entre o locutor (emissor) e o interlocutor (receptor), essa função é característica dos diálogos (cumprimentos, saudações, despedidas, conversas no telefone, etc.)
- utiliza a linguagem apelativa, persuasiva com o intuito de convencer o receptor da mensagem, por exemplo, as mensagens publicitárias

33) De acordo com o psiquiatra escocês James A.C. Brown, no texto publicitário a persuasão é alcançada através de algumas técnicas. Sobre essas técnicas, analise as afirmativas abaixo:

- Utilização de estereótipos.
- Substituição de nomes ou isomorfia.
- Identificação de inimigos em comum, que são combatidos com a ajuda do produto e empresa.
- Repetição ou afirmação.
- Invocação de uma autoridade.

Assinale a alternativa correta.

- Apenas as técnicas 1, 2, 3 e 4
- Apenas as técnicas 1 e 5
- Apenas as técnicas 3, 4 e 5
- Apenas as técnicas 1, 2 e 5
- As técnicas 1, 2, 3, 4 e 5

34) A transformação digital que encaramos durante os últimos anos trouxe mudanças significativas na forma como as pessoas descobrem as empresas, se relacionam com elas e consomem seus produtos e serviços.

Sendo assim, novos conceitos estão surgindo. Entre os quais o inbound e outbound marketing. Assinale a alternativa que apresenta a diferença entre eles.

- a) No inbound, é o cliente que chega até a empresa, e não o contrário. E o Outbound é a empresa que vai até o cliente com seus anúncios, e o objetivo é gerar um desejo imediato
- b) No outbound é o cliente que chega até a empresa, e não o contrário. E o Inbound é a empresa que vai até o cliente com seus anúncios, e o objetivo é gerar um desejo imediato
- c) Não há diferença na abordagem e nas duas estratégias de marketing o cliente vai até a empresa
- d) Não há diferença na abordagem e nas duas estratégias de marketing a empresa vai até o cliente
- e) No outbound a comunicação é bilateral, com espaço para diálogo com o público

35) Considere os incisos descritos abaixo.

- I. São considerados profissionais de propaganda somente os componentes, empregados e colaboradores das entidades mencionadas nos artigos 2, 3, 4, 5 e 6 destas definições, e cuja função seja exercida no setor de propaganda da entidade.
- II. O anunciante, também chamado cliente, é a entidade, firma, sociedade ou indivíduo que utiliza a propaganda.
- III. Agência de Propaganda é a firma organizada para exercer as funções definidas pela ABAP e que realiza a propaganda para o cliente e promove negócios para os veículos de propaganda, que a reconhecem como tal e a ela pagam comissão.
- IV. Corretor é o indivíduo registrado no veículo onde funciona como intermediário da publicidade remunerada, estando sujeito à disciplina e à hierarquia do veículo.
- V. Publicidade remunerada pode ser ou não propaganda.

A Associação dos Profissionais de Propaganda lançou a primeira revisão do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda desde quando ele foi aprovado pelo congresso da categoria, em 1957. O regulamento complementar o Código de Ética, apresentado ao mercado publicitário durante evento na sede da APP, em São Paulo, em 2014 trouxe atualizações e algumas regras éticas que cercam o mercado. Sobre seu tópico que trata das “Definições”, assinale a alternativa correta.

- a) Os incisos I, II, III, IV e V estão corretos
- b) Apenas os incisos I, II e V estão corretos
- c) Apenas os incisos I, III e IV estão corretos
- d) Apenas os incisos II, IV e V estão corretos
- e) Apenas os incisos II, III e IV estão corretos

36) Considere os incisos descritos abaixo.

- I. A tabela de preços dos veículos é pública e igual para todos os compradores, dentro de iguais condições, incumbindo ao veículo observá-la e fazê-la observada por todos os seus agentes ou prepostos, cujo reconhecimento como tal poderá ser cancelado por infração deste dispositivo.
- II. Aos veículos de propaganda fica naturalmente reservado o direito de dar ou não crédito à agência, não sendo lícito, porém, negar-lhe a comissão e recusar-lhe a divulgação do anúncio quando pago à vista. Excetuem-se os casos em que a matéria não se enquadre dentro da ética ou quando a agência tenha deixado de ser reconhecida pelo veículo, do que lhe deve ser dado aviso com 90 dias de antecedência.
- III. A comissão percebida pelo corretor não é, necessariamente, a mesma concedida às agências que dão “del credere” efetivo e fazem as cobranças das notas dos veículos aos anunciantes.
- IV. Todo trabalho do profissional de propaganda faz jus à paga respectiva nas bases combinadas, na falta destas prevalecendo o preço comum para trabalhos similares. Em caso de dúvida, poderá ser o preço avaliado por três profissionais indicados, a pedido, pelo presidente da ABP ou suas similares estaduais. É proscribida por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título, excetuados, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja entidade incapaz de remunerá-los e cujos fins sejam de inegável proveito social coletivo.
- V. Os veículos faturarão sempre em nome das agências, enviando as notas aos anunciantes que farão o respectivo pagamento.

Sobre o tópico que trata das “Normas”, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, assinale a alternativa correta.

- a) Os incisos I, II, III, IV e V estão corretos
- b) Apenas os incisos I, II e V estão corretos
- c) Apenas os incisos I, II, III e IV estão corretos
- d) Apenas os incisos II, IV e V estão corretos
- e) Apenas os incisos I, II e III estão corretos

37) “Não investir em publicidade para economizar dinheiro é o mesmo que parar o relógio para economizar tempo”.

Assinale a alternativa que apresenta por quem foi dita esta frase.

- a) Henry Ford
- b) Bill Gattes
- c) Harrison Ford
- d) Nizan Guantes
- e) Washington Olivetto

38) Sobre a diferença entre publicidade e marketing, assinale a alternativa correta.

- a) Não há diferença. São sinônimos
- b) Há diferenças. O marketing é um conjunto de estratégias que visa ajudar as empresas no alcance dos seus objetivos. Esse setor é responsável pelo planejamento de todas as ações necessárias para atingir os propósitos do negócio. A maior parte das empresas tem como finalidade aproximar os seus produtos e serviços dos consumidores. A publicidade é um dos instrumentos que o marketing utiliza na criação das suas estratégias. É o ato de propagar uma mensagem atendendo aos diversos objetivos de marketing. Uma publicidade pode ter a finalidade de vender um produto, divulgar uma ideia ou atrair mais visibilidade para a marca, por exemplo
- c) Há diferenças. A publicidade é um conjunto de estratégias que visa ajudar as empresas no alcance dos seus objetivos. Esse setor é responsável pelo planejamento de todas as ações necessárias para atingir os propósitos do negócio. A maior parte das empresas tem como finalidade aproximar os seus produtos e serviços dos consumidores. O marketing é um dos instrumentos que a publicidade utiliza na criação das suas estratégias. É o ato de propagar uma mensagem atendendo aos diversos objetivos de marketing. Uma publicidade pode ter a finalidade de vender um produto, divulgar uma ideia ou atrair mais visibilidade para a marca, por exemplo
- d) Há diferenças. Publicidade é a comunicação utilizada por organizações ou pessoas para disseminar pensamentos e doutrinas, geralmente religiosas, ideológicas ou políticas. O marketing é um dos instrumentos que o marketing utiliza na criação das suas estratégias. É o ato de propagar uma mensagem atendendo aos diversos objetivos de marketing. Uma publicidade pode ter a finalidade de vender um produto, divulgar uma ideia ou atrair mais visibilidade para a marca, por exemplo
- e) Há diferenças. Marketing é a comunicação utilizada por organizações ou pessoas para disseminar pensamentos e doutrinas, geralmente religiosas, ideológicas ou políticas. Publicidade é um dos instrumentos que o marketing utiliza na criação das suas estratégias. É o ato de propagar uma mensagem atendendo aos diversos objetivos de marketing. Uma publicidade pode ter a finalidade de vender um produto, divulgar uma ideia ou atrair mais visibilidade para a marca, por exemplo

39) A maior parte das empresas tem como finalidade aproximar os seus produtos e serviços dos consumidores. Para isso, o marketing considera os 4 Ps, conhecidos também como Mix ou Composto de Marketing. Assinale a alternativa que apresenta quais são os 4Ps.

- a) Produto, Preço, Praça e Promoção
- b) Participação, Propaganda, Produto e Praça
- c) Planejamento, Participação, Produto e Praça
- d) Produto, Preço, Praça e Planejamento
- e) Propaganda, Publicidade, Precisão e Promoção

40) De acordo com o 2º parágrafo do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), é considerada publicidade abusiva:

É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

A respeito de como evitar campanhas abusivas e evitar que elas tragam problemas para a sociedade, assinale como para a empresa que a organizou, assinale a alternativa incorreta.

- a) entender se elas podem sofrer mais de uma interpretação ou ser mal entendida por um público específico
- b) fazer pesquisas reais com pessoas de perfis diferentes para entender se elas compreendem a divulgação de maneira minimamente parecida
- c) compreender se não há incentivo à destruição do meio ambiente
- d) verificar se a divulgação não é excessiva ou causa algum dano às crianças
- e) publicar a campanha por um curto espaço de tempo para não gerar infrações ao CDC

41) Assinale a alternativa que não representa um elemento de diagramação de um jornal ou revista.

- a) Texto, Título, Linha Fina, Intertítulo
- b) Foto, legenda, créditos
- c) Arte, Infográficos, Charge, Ilustração
- d) Anúncio, Tipografia
- e) Decupagem, transcrição

42) Assinale a alternativa que apresenta a etapa que não faz parte do processo gráfico.

- a) Criação, na qual o designer ou publicitário, é o responsável por esse trabalho, elaborando de acordo com as necessidades e desejos do cliente. Parte visual e escrita se alinham
- b) Pré-Impressão, onde um conjunto de ações adotadas após a finalização do arquivo são colocadas em prática e as possibilidades criadas são testadas, antes da impressão propriamente dita. Visa identificar e corrigir eventuais falhas no arquivo, para garantir a alta qualidade da impressão
- c) Impressão é a fase em que as ideias são materializadas com o processo de impressão propriamente dito, em gráfica
- d) Secagem, fase em que o material é exposto para dar forma definitiva
- e) Acabamento se dá quando todos os detalhes são trabalhados, como corte, revestimentos, aplicação de vernizes, dando forma definitiva ao material impresso

43) A tradução literal seria algo como “Provocador”. Assim, em publicidade e Marketing, se refere à divulgação de algo que está para acontecer, seja uma campanha, um filme, uma peça de teatro ou o lançamento de um produto. É uma chamada utilizada para despertar a curiosidade, antecedendo uma campanha de comunicação.

(Fonte: Portal do Marketing, 21/03/2017, adaptado)

Assinale a alternativa que apresenta o nome desse recurso usado no mercado publicitário.

- a) *slogan*
- b) *target*
- c) *teaser*
- d) *budget*
- e) *recall*

44) Instalada desde 30 de novembro de 2013, a loja da Havan de Ribeirão Preto não tem a réplica da Estátua da Liberdade como ocorre em várias unidades espalhadas pelo Brasil.

Em cidades como São Paulo-SP e Ribeirão Preto-SP a proibição de propaganda em áreas externas da cidade são aparados por leis municipais. Em algumas dessas cidades, um tipo de propaganda continua presente nas áreas externas. A Lei Cidade Limpa abriu a possibilidade de veiculação de anúncios publicitários em mobiliário urbano – conjunto de elementos autorizados a ocupar o espaço público mediante concessão e instalados direta ou indiretamente pela administração municipal. Com essas características, analise as afirmativas abaixo.

- I. abrigos de ônibus e de táxi.
- II. lixeiras; caixas de correio.
- III. relógios de rua.
- IV. bancas de jornais e revistas.
- V. protetores de árvores; cabines de segurança e informação.

Sobre elementos de mobiliário urbano, assinale a alternativa correta.

- a) I, II e III apenas
- b) I, III e V apenas
- c) II, III e IV apenas
- d) I e V apenas
- e) I, II, III, IV e V

45) Em setembro de 2017, uma provedora de filmes espalhou por cidades dos Estados Unidos placas com a frase Netflix é uma piada. Foi o suficiente para que usuários do Twitter começassem a especular se os outdoors se tratavam de um ataque da concorrência.

No final, descobriu-se que a ideia era divulgar as novas parcerias que o serviço de streaming fez com grandes nomes da comédia, como Jerry Seinfeld, Ellen DeGeneres e Chris Rock.

Sobre a ação acima, assinale a alternativa que apresenta o nome da estratégia utilizada por empresas de publicidade e propaganda.

- a) Marketing de Guerrilha
- b) Marketing de Emboscada
- c) Outdoor
- d) Teaser
- e) Banner

46) Relacione o nome da estrutura de mídia externa às suas respectivas definições.

- () Frontlight.
- () Triedo.
- () Outdoor.
- () Backlight.
- () Painel luminoso.

- I. Mídia externa que fica a margem de ruas e rodovias, que tem formato 9x3m e veiculação por meio de bi-semana. Os materiais mais comumente utilizados são: papel e lona. Também são usados apliques em madeira.
- II. Painel de estrutura metálica no qual se prende uma lona com a propaganda impressa. A iluminação da arte é externa e frontal. Os tamanhos padrão são 6x3m e 3,5x5,5m, mas outros formatos também são utilizados.
- III. Painel de estrutura metálica no qual se prende uma lona translúcida com a propaganda impressa. A iluminação vem por dentro da estrutura, por trás da lona. Um bom exemplo de backlight são os anúncios de pontos de ônibus, mas estes usam papel alta alvura 150gm² em impressão 4/3 cores.
- IV. São painéis instalados em prédios e fachadas para indicar que naquele ponto está a empresa “X”. São comumente utilizados como parte do projeto de sinalização das empresas e não comercializados como mídia tradicional. Em fachadas também é muito comum a utilização de letras caixa com iluminação direcionada ou com LED por baixo das letras.
- V. Painel com iluminação frontal composto por uma estrutura na qual se encaixam peças triangulares que giram a cada 7 segundos por um mecanismo automatizado. Em cada face das peças triangulares é colada uma parte da arte do anúncio. Assim, podem ser formadas e transmitidas 3 mensagens distintas ao mesmo tempo. A desvantagem do é que, diante do surgimento de pequenas aberturas entre as peças que podem atrapalhar a leitura da comunicação.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta de cima para baixo.

- a) II, V, I, III e IV
- b) I, IV, III, II e V
- c) IV, III, II, V e I
- d) V, IV, III, II e I
- e) I, II, III, IV e V

47) Assinale a alternativa que contém os principais componentes da linguagem audiovisual:

- a) Narrativa, clímax e roteiro
- b) Código e take
- c) Discurso, cenas e clímax
- d) Narrativa e efeitos sonoros
- e) Código, discurso e narrativa

48) Nos anos 90, a dona da marca Havaianas, a Alpargatas, passava por sérias dificuldades, sob risco de fechar. Um importante sócio da empresa chegou a dizer que a marca “estava na UTI”. A marca enfrentava o avanço da pirataria, limitação de público, pois as Havaianas estavam constantemente associada a um produto voltado apenas para pessoas humildes e além disso, passou a ter forte concorrente no mercado: a Rider.

Para Sal RANDAZZO (1996, p.49) “a publicidade é o meio que permite que o anunciante entre na mente do consumidor para provar e estabelecer o posicionamento da marca transmitindo a sua mensagem diferenciadora (baseada no produto e/ou de ordem emotiva e psicológica)

Analise as afirmativas sobre a estratégia usada pela empresa Alpargatas para que as Havaianas se transformassem em um dos maiores cases de marketing de uma empresa brasileira.

- I. A estratégia, além de melhorar seu produto e aumentar a variedade de chinelos, foi reposicionar a marca, mudando a imagem que os consumidores tinham da empresa.
- II. Diversificação de portfólio. Em 2014, por exemplo, a Havaianas investiu cerca de 40 milhões em sua linha de produtos, atualmente são mais de 500 itens. Até 1990 seu portfólio era composto por quatro variações de cores.
- III. A partir dos anos 2000, a marca começa seu processo de internacionalização. No início as Havaianas eram vendidas em países latino americanos. Atualmente, a Havaianas está presente em 117 países e tem centros de operação em 11 deles: Estados Unidos, Portugal, Espanha, França, Itália, Reino Unido, Áustria, Holanda, Bélgica, Luxemburgo e Alemanha.
- IV. Deixou de produzir produtos simples e focou em matérias mais sofisticados buscando mudar o conceito de chinelo para classes sociais mais humildes
- V. A empresa investiu na grande variedade de preços, partindo de modelos tradicionais, a preços populares, até modelos customizados, vendidos por valores próximos a R\$ 400,00

Assinale a alternativa que apresenta as ações tomadas pela empresa.

- a) I, II e IV apenas
- b) II, III, IV e V apenas
- c) I, III, IV e V apenas
- d) I, II, III e IV apenas
- e) I, II, III e V apenas

49) Assinale a alternativa correta que define o que é **Briefing de Criação na Publicidade**.

- a) Envolve funções de investigação, estratégias, criações, design e, por fim, o gerenciamento constante da marca, com o intuito de acompanhar as suas “expressões” e otimizar relações com os respectivos públicos-alvos, buscando aumentar não apenas o valor econômico, mas principalmente o valor simbólico da marca
- b) É um manual de instruções para que a equipe se guie por ele. Define-se como um documento que reúne todas as ideias que o cliente tem para a realização de determinado projeto, seja um site, uma campanha de marketing, uma peça publicitária, uma identidade visual, entre outros
- c) Remete aos processos de negociação no mercado, tais como a compra e venda de anúncios, ações de marketing que serão veiculadas e os prazos de faturamento para os clientes
- d) É um termo da língua inglesa que significa orçamento. É frequentemente utilizado no meio publicitário e empresarial para designar o orçamento periódico (normalmente anual) feito por uma empresa, onde são inseridas variáveis de custos, receitas e despesas, definindo um plano de contas e as ações de marketing
- e) Prazo final de produção. Geralmente usado no mercado publicitário, em projetos, negócios e marketing, para especificar que o prazo para entrega de determinada tarefa está chegando ao fim

50) A briga pela liderança de mercado já colocou marcas mundialmente famosas, rivalizando não apenas na busca pelos consumidores, mas publicamente na mídia, por meio de comerciais ousados e provocativos.

“Nos anos 90, a Pepsi colocou dois motoristas de caminhão - um da própria marca e um da Coca-Cola - sentados lado a lado em um restaurante. Em determinado momento, os personagens trocam de refrigerantes para comparar sabores. O motorista da Pepsi devolve a Coca-Cola ao novo amigo, mas o da Coca-Cola, não... Criado pela agência BBDO e dirigido por Joe Pytk, o filme foi veiculado pela primeira vez durante o Super Bowl de 1995, o evento esportivo de maior audiência dos Estados Unidos...”

Em outro comercial a Coca-Cola recorreu a justiça e conseguiu suspender a veiculação da peça. Nele, a Pepsi mostrava um menino em frente a uma máquina de refrigerantes. Após retirar da máquina duas latas de Coca-Cola, o menino usa as duas embalagens como “degraus” para conseguir retirar, por fim, uma Pepsi.“

(Fonte: revista Exame, abril, 13 set 2016, adaptado).

Assinale a alternativa que apresenta a estratégia adotada pela Pepsi nessa ação.

- a) posicionamento
- b) reposicionamento
- c) comparação
- d) informação
- e) ofensiva / agressiva

51) Considerando o uso de *influencers* no marketing digital e os efeitos do “boca-a-boca em massa”, em grande escala. Analise as afirmativas sobre as vantagens associadas à utilização desse tipo de profissional para as marcas:

- I. Veicular conteúdos de comunicação da marca, à audiência certa; Expandir o alcance da marca, antes limitado pelo uso de meios tradicionais.
- II. Criar *buzz* numa campanha, de modo a aumentar e estimular a expectativa; Gerar credibilidade, o que funciona para ambos os lados, legitimando também o *influencer*.
- III. Beneficiar da confiança entre clientes já estabelecida entre *influencer* e o seu público; Captar novos clientes através de recomendação.
- IV. Fidelizar clientes com o reforço positivo por parte do *influencer* associado; Observar impacto positivo sobre as vendas, como resultado da ação.
- V. Adicionar a utilização de *influencers* (mais um meio) à utilização de outros meios dentro de uma mesma campanha.

Estão corretas as afirmativas:

- a) I, II, III e V, apenas
- b) I, III e IV, apenas
- c) II, IV e V, apenas
- d) I, II, IV e V, apenas
- e) I, II, III, IV e V

52) Como gênero textual, não são características comuns no anúncio publicitário _____.

Assinale a alternativa que preencha corretamente a lacuna.

- a) Caráter comercial
- b) Linguagem verbal e não verbal
- c) Textos relativamente curtos, persuasivos e atrativos
- d) Humor, ironia e criatividade
- e) Verbos no modo subjuntivo

53) Assinale a alternativa que apresenta a definição correta de “tipologia” no design gráfico.

- a) Conjunto de dados de personas
- b) Sistema de tipos de consumidores
- c) Coleção de caracteres, desenho das fontes e famílias de tipos
- d) Estrutura de tipos físicos de clientes
- e) Estrutura de tipos de empresas

54) Utilizado com frequência, diagramado de acordo com as características do formato de determinado tipo de veículo, podendo ser em jornal ou revista, muitas vezes margeado por fios que o diferenciam na diagramação, e que pode aparentar ser uma matéria de conteúdo editorial. Esse tipo de anúncio é denominado de _____.

Assinale a alternativa que preencha corretamente a lacuna.

- a) Follow up
- b) Soft sell
- c) Informe publicitário
- d) Teaser
- e) Suite

55) Enquadramento é a ação de selecionar determinada porção do cenário como destaque. Acerca disso, assinale a alternativa correta.

- a) O enquadramento ocorre na fase de produção de uma campanha
- b) O enquadramento ocorre na fase de lançamento de uma campanha
- c) O enquadramento ocorre na fase de pós-produção de uma campanha
- d) O enquadramento ocorre na fase de finalização de uma campanha
- e) O enquadramento ocorre na fase de briefing de uma campanha

56) O artigo 27, § 1.º do Código Brasileiro de Autorregulamentação (CBARP) obriga, em linha com o Código de Defesa do Consumidor, anunciantes e agências a fornecerem as comprovações fáticas, técnicas ou científicas a respeito das alegações, comparações e descrições veiculadas, sempre que solicitados.

Na campanha “Danoninho para uma alimentação saudável” o CONAR decidiu pela alteração da peça publicitária. Analise as afirmativas sobre os possíveis motivos para essa decisão.

- I. A comparação feita entre um pote de Danoninho (45g) e um copo de leite não apresentava comprovação científica. Os dados mostraram que, na verdade, um pote de Danoninho continha valor nutricional equivalente a meio copo de leite.
- II. Um pote de Danoninho (45 g) não equivaleria a um “bifinho”, bife de contrafilé usado como referência
- III. A comparação feita entre um pote de Danoninho (45g) e um copo de leite apresentava comprovação científica e equivalência no valor nutricional, porém o CONAR impede o uso da imagens de crianças no comercial.

Assinale a alternativa correta que apresenta esse(s) motivo(s).

- a) I apenas
- b) I e II apenas
- c) I e III apenas
- d) I, II e III
- e) II e III apenas

57) Assinale a alternativa que apresenta a fase em que ocorre montagem do filme publicitário.

- a) Planejamento
- b) Briefing
- c) Produção
- d) Intervalo
- e) Pós-produção

58) O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) publicou uma resolução em 2019, que altera as regras relacionadas às denúncias de campanhas feitas em sua área de reclamações.

Leia as afirmativas abaixo sobre o assunto.

- I. Pela regra vigente, para fazer a reclamação de qualquer ação publicitária ou comercial junto à entidade, o consumidor precisa preencher um formulário com a identificação de seu nome e dados pessoais.
- II. Antes da mudança as informações do denunciante eram anexadas ao processo e ficavam disponíveis às partes envolvidas no caso. Assim, as marcas e agências que eram alvo de denúncias tinham conhecimento da identidade de quem as fez.
- III. Com a nova resolução os denunciante seguem sem precisar fornecer seus dados, podendo fazer anonimamente uma reclamação no site do Conar.
- IV. Com a nova resolução o acesso aos dados do denunciante sofre alterações. Para fazer uma reclamação no site do Conar, continua sendo necessário o fornecimento de dados pessoais. Essas informações, porém, não serão mais anexadas ao processo e serão mantidas, sob sigilo, apenas nos registros da entidade.
- V. A nova resolução visa adequar as diretrizes da entidade de acordo com a nova Lei de Proteção de Dados. O Conselho também destaca que a proteção aos dados do denunciante visa dar mais liberdade e segurança para o processo de reclamação.

Estão corretas as afirmativas:

- a) I e II apenas
- b) I, III e IV apenas
- c) II e III apenas
- d) I, III e V apenas
- e) I, II, IV e V apenas

59) Em abril de 2008, o Conar publicou regras para a propaganda de bebidas alcoólicas. Com as mudanças, as peças publicitárias passam a seguir algumas novas normas. Acerca do assunto, assinale a alternativa incorreta.

- a) As propagandas de bebidas alcoólicas podem ser imperativas e devem resguardar o princípio de proteção para crianças e adolescentes
- b) Elas não podem ter apelo sensual nem cenas, ilustrações, áudios ou vídeos que sugiram a ingestão do produto
- c) Não poderá associar o consumo de bebidas alcoólicas à maturidade, coragem, êxito profissional ou social e maior poder de sedução
- d) Tanto nas peças produzidas para rádio, TV ou mídia impressa, deverão ser inseridas advertências do tipo “Beba com moderação”, “Este produto é destinado a adultos” e “Quem bebe menos se diverte mais”
- e) As embalagens e rótulos deverão, ainda, ressaltar que a venda e o consumo do produto são indicados apenas para maiores de 18 anos

60) _____ é uma curta mensagem utilizada em publicidade como uma identificação de fácil memorização, agregando a um produto ou serviço. Curto(a) e direto(a) expressando a história, a psicologia, o conceito da marca, empresa ou produto e/ou serviços.

Assinale a alternativa que preencha corretamente a lacuna.

- a) Vinheta
- b) Slogan
- c) Propaganda
- d) Teaser
- e) Logotipo