



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
Procuradoria Regional da República da 1ª Região

**1º PROCESSO SELETIVO PÚBLICO DE 2018 PARA PROVIMENTO DE VAGAS E
FORMAÇÃO DO QUADRO RESERVA DE ESTAGIÁRIOS DE NÍVEL SUPERIOR DA
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 1ª REGIÃO.**

Caderno de Provas

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Nome do Candidato

Assinatura

Nº de Inscrição

Data

06/05/2018

INSTRUÇÕES

1. O tempo de realização das provas será de **2h00min** (duas horas), incluído o tempo destinado ao preenchimento da Folha de Respostas.
2. A identificação do candidato na Folha de Respostas será realizada mediante o preenchimento dos 10 primeiros caracteres, os quais correspondem, da esquerda para direita, aos seguintes dados: código identificador do curso (1º ao 3º caractere); tipo de prova (4º caractere); e número de inscrição (5º ao 10º caractere). Neste caso, será **6221** + número de **inscrição** do candidato.
3. Este caderno contém: **30 (trinta)** questões objetivas.
4. **Confira o caderno de provas assim que lhe for autorizado.** Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite imediatamente ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
5. É proibida a consulta a qualquer tipo de material, bem como o uso de aparelhos celulares e de outros aparelhos eletrônicos. O descumprimento desta determinação implicará a eliminação do candidato.
6. Durante a realização das provas, não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do fiscal de sala.
7. **Não haverá substituição** da Folha de Respostas por erro do candidato.
8. Só serão consideradas as respostas transcritas na Folha de Respostas.
9. Somente será autorizado o candidato a levar consigo o caderno de provas 30 (trinta) minutos antes do seu término.
10. Os três últimos candidatos a terminar as provas deverão permanecer juntos no recinto, somente sendo liberados após os três terem entregado a Folha de Respostas, a Folha de Texto Definitiva e o caderno de provas, terem seus nomes registrados em Ata e estabelecidas suas respectivas assinaturas.

TEXTO I

Em uma confeitaria, certa vez, ao meu amigo Castro, contava eu as partidas que havia pregado às convicções e às respeitabilidades, para poder viver. Houve mesmo uma dada ocasião, quando estive em Manaus, em que fui obrigado a esconder a minha qualidade de bacharel, para mais confiança obter dos clientes, que afluíam ao meu escritório de feiticeiro e adivinho. Contava eu isso.

O meu amigo ouvia-me calado, embevecido, gostando daquele meu Gil Blas vivido, até que, em uma pausa da conversa, ao esgotarmos os copos, observou a esmo: — Tens levado uma vida bem engraçada, Castelo!

— Só assim se pode viver... Isto de uma ocupação única: sair de casa a certas horas, voltar a outras, aborrece, não achas? Não sei como me tenho aguentado lá, no consulado!

— Cansa-se; não é isso, entretanto, que me admiro. O que me admira é que tenhas corrido tantas aventuras aqui, neste Brasil imbecil e burocrático.

— Qual! Aqui mesmo, meu Castro, se podem arranjar belas páginas de vida. Imagina tu que eu já fui professor de javanês?

— Quando? Aqui, depois que voltaste do consulado?

— Não; antes. E, por sinal, fui nomeado cônsul por isso. [...]

Lima Barreto. *O homem que sabia javanês*.

Internet: <www.releituras.com> (com adaptações)

1) Na expressão, “[...] que afluíam ao meu escritório de feiticeiro e adivinho. Contava eu isso.” o termo em destaque retoma, numa das alternativas abaixo, a palavra sublinhada em:

- a) [...] para mais confiança. [...]
- b) [...] contava eu as partidas. [...]
- c) [...] às respeitabilidades. [...]
- d) [...] a minha qualidade de bacharel. [...]
- e) [...] para mais confiança obter dos clientes. [...]

2) Predomina no texto *O homem que sabia javanês* a tipologia textual:

- a) Prescritiva.
- b) Argumentativa.
- c) Expositiva.
- d) Narrativa.
- e) Descritiva.

3) “- Quando? Aqui, depois que voltaste do consulado? — Não; antes. E, por sinal, fui nomeado cônsul por isso”. O número de advérbios e preposições, no trecho acima, está correto na alternativa:

- a) Quatro advérbios e seis preposições.
- b) Dois advérbios e cinco preposições.
- c) Cinco advérbios e três preposições.
- d) Três advérbios e cinco preposições.
- e) Três advérbios e quatro preposições.

4) No texto I, o trecho “— *Cansa-se; não é isso, entretanto, que me admira. O que me admira é que tenhas corrido tantas aventuras aqui, neste Brasil imbecil e burocrático.*” o termo sublinhado introduz uma ideia de:

- a) Explicação.
- b) Oposição.
- c) Concessão.
- d) Comparação.
- e) Consequência.

5) As palavras “*burocrático*”, “*javanês*” e “*cônsul*” têm acento gráfico pela mesma razão que os vocábulos:

- a) Café, ônix e álibi.
- b) Amável, lâmpada e quiséssemos.
- c) Maracujá, bíceps e amá-lo.
- d) Pólen, balaústre e árvore.
- e) África, você e armazéns.

6) Na passagem, “[...] *contava eu as partidas que havia pregado às convicções e às respeitabilidades, para poder viver.*”; nesse caso, o acento grave indicativo da crase representa:

- a) A união de uma preposição com um

pronome demonstrativo.

- b) A união de um artigo indefinido com um artigo definido.
- c) A união de um pronome oblíquo com um artigo definido.
- d) A união de uma preposição com um numeral.
- e) A união de uma preposição com um artigo definido feminino.

TEXTO II

De repente, Califórnia

[...] *O vento beija meus cabelos
As ondas lambem minhas pernas
O sol abraça o meu corpo
Meu coração canta feliz [...]*

7) Assinale a alternativa que apresenta uma figura de linguagem predominante no trecho da canção de Lulu Santos.

- a) Hipérbole.
- b) Metáfora.
- c) Eufemismo.
- d) Prosopopeia.
- e) Antítese.

8) Assinale a alternativa que preenche corretamente as lacunas do texto abaixo.

Com os documentos _____, estão _____ suas respectivas cópias. _____ assiná-las e carimbá-las. _____, disse o chefe da divisão.

- a) anexas, incluso, É necessária e Obrigado.

- b) anexo, inclusas, É necessário e Obrigado.
- c) anexos, inclusas, É necessário e Obrigado.
- d) anexos, inclusas, É necessária e Obrigada.
- e) anexo, incluso, É necessário e Obrigado.

9) No que tange às regras de regência verbal e nominal, assinale a alternativa **incorreta**:

- a) O candidato aspirava a uma posição de destaque.
- b) Depois de chegar no serviço, o servidor bateu o ponto.
- c) É um direito que assiste ao trabalhador.
- d) Todos os iniciantes necessitam de apoio.
- e) O ministério público é um órgão acessível a todos.

10) Nas frases, *“Milagres acontecem quando a gente vai à luta”* (Sérgio Vaz) e *“Quando há ferrugem no meu coração de lata, é quando a fé ruge e o meu coração dilata.”* (Fernando Anitelli)

Possui sujeito inexistente ou oração sem sujeito a forma verbal:

- a) “acontecem”.
- b) “vai”.
- c) “ruge”.
- d) “há”.
- e) “dilata”.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

11) Com os objetivos de aumentar a chance de sucesso das estratégias de marcas de produtos e negócios adotadas pelas empresas e de otimizar os investimentos realizados, o profissional de comunicação pode aplicar o conceito de comunicação integrada, para o qual é preciso:

- a) Atuar na integração do maior número possível de pontos de venda.
- b) Selecionar diferentes ferramentas publicitárias, trabalhando conceitos de comunicação diferentes em cada uma delas.
- c) Selecionar diferentes ferramentas publicitárias, explorando as possibilidades oferecidas em cada uma delas, mas trabalhando um mesmo conceito de comunicação.
- d) Selecionar apenas uma ferramenta publicitária adequada ao objetivo.
- e) Utilizar uma linguagem — visual e verbal — heterogênea para atingir o maior número de pessoas.

12) Sobre termos e expressões que fazem parte do jargão da área de publicidade e seus respectivos conceitos, considere os itens a seguir:

I. A mensagem final de um comercial com informações sobre distribuidor ou varejista local é conhecida como Rabicho.

II. Em mídia, a disponibilidade de tempo ou espaço em um veículo é chamada Calhau.

III. *Tie in* é a denominação correta do merchandising em televisão.

IV. A autorização emitida pela agência ou anunciante para os veículos, que regula a compra de espaço publicitário, é conhecida como P. I.

V. O termo Encaixe exprime um anúncio ou comercial colocado no lugar de um espaço não comercializado, que iria ficar em branco.

Das afirmativas acima, estão corretas:

- a) Apenas I está correta
- b) Apenas III está correta
- c) Apenas II e V estão corretas
- d) Apenas I, III e IV estão corretas
- e) Todas estão corretas

13) Para a elaboração de um planejamento estratégico de comunicação, precisa-se de um esquema básico que, após a verificação do que já está implantado, passe pela análise do ambiente e do cenário e pelo estudo das necessidades e expectativas internas e externas, para, a partir daí, proceder-se ao planejamento de novas ações. Entre as fases desse processo de elaboração de planejamento, está a seguinte:

- a) Incorporação de aspirações, com mudanças gradativas.
- b) Contratação de pessoal para execução das ações.
- c) Definição da missão, da visão e dos valores.
- d) Mercados (regiões e segmentos) a serem

cobertos, período de veiculação desejado.

e) Adoção de um novo comportamento organizacional.

b) F F V V

c) V F V F

d) V F F V

e) V F F F

14) Considerando a utilização de redes sociais na estratégia de comunicação, julgue os itens em verdadeiro ou falso:

I - As redes sociais devem ser utilizadas como plataformas de relacionamento com o público-alvo, aproveitando-se as possibilidades de interação para fomentar o engajamento e construir valor em torno da marca.

II - Em momentos de crise, o anunciante jamais deve se posicionar por meio de redes sociais, a fim de evitar a interação negativa e o aprofundamento do problema.

III - Independente da estratégia adotada, as redes sociais devem ser consideradas secundariamente aos investimentos nos meios de comunicação de massa tradicionais, considerando a importância e o retorno sobre o investimento desses veículos.

IV - Algumas redes sociais, como o *Facebook*, possuem sistemas de impulsionamento nos quais é possível aumentar a exposição de determinados conteúdos, mas sem a possibilidade de especificar características do público-alvo.

Agora, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta:

a) V V V V

15) Para atingir os objetivos de comunicação, um dos passos importantes é o *briefing*. Nesse documento, há o resumo das informações de mercado sobre a marca, os produtos e a empresa, com detalhamento de seu posicionamento diante da concorrência e dos públicos-alvo, bem como a explicitação de tais objetivos. O *briefing* é montado a partir do(s):

a) Plano de metas da empresa e do seu plano de marketing.

b) Planejamento estratégico da empresa e do seu plano de marketing.

c) Balanços anuais e dos planos de metas futuras.

d) Comentários nas redes sociais e dos balanços anuais.

e) Registros históricos da empresa e de seus parceiros.

16) As redes sociais trouxeram diversas alterações para o processo de gerenciamento das marcas e a interação com o público. Sobre o tema, considere os itens abaixo:

I. Novas possibilidades de levantamento de informação e pesquisa em tempo real.

II. Maior controle dos gestores sobre as marcas e sua relação com os clientes.

III. Redução de custos para divulgação de

informações para públicos segmentados.

IV. Facilidade de acesso a nichos de mercado difíceis de serem contactados pelas outras mídias. f)

V. Mensuração ineficaz de resultados das campanhas e ações de gestão de marcas.

Das alternativas acima, **não** são características das redes sociais:

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

17) Na redação publicitária, sua importância é muito grande, tendo entre suas características principais a concisão, ser facilmente repetível, resumir os conceitos da marca e os diferenciais do produto. As qualidades apresentadas são inerentes ao:

- a) Título.
- b) *Briefing*.
- c) Slogan.
- d) Box.
- e) Texto-legendado.

18) Estratégia de comunicação em que empresas compram ou alugam o direito de associar sua marca ao nome de estabelecimentos ou eventos. Utilizada comumente no mundo esportivo, em

produções culturais, casas de espetáculos e até em espaços urbanos, essa prática é conhecida pelo nome de:

- a) product placement.
- b) branding placement.
- c) naming rights.
- d) patrocínio máster.
- e) apropriação cultural.

19) Quanto aos sistemas de cores, considere os itens a seguir:

I. A nomenclatura do padrão CMYK é composta pelas iniciais das cores ciano, magenta, amarelo e preto, em inglês.

II. O padrão RGB tem como finalidade reproduzir cores em aparelhos como monitores de computador, televisores, câmeras, entre outros.

III. Dentre os padrões, o que tem a maior escala de cores é o CMYK, seguido pelo RGB e, por último, o Pantone.

IV. O padrão RGB é medido em uma escala que vai de 0 a 255, sendo a cor branca representada por (255,255,255) e o preto por (0,0,0).

V. O código padrão de representação do Pantone é o hexadecimal.

Marque a alternativa correta:

- a) Apenas I está correta.
- b) Apenas II e IV estão corretas.
- c) Apenas II e V estão corretas.

d) Apenas I, III e IV estão corretas.

e) Apenas II está correta.

20) No mercado atual, os consumidores não absorvem mais a propaganda como antes. Eles procuram na internet informações antes de efetuar a compra, muitas vezes baseados em experiências de outros consumidores.

Sendo assim, NÃO está de acordo com essa ideia considerar que a(s):

a) Compra se baseia em relações sociais.

b) Marcas não se constroem mais em uma única mídia.

c) Mídias sociais ajudam a imagem de um produto.

d) Mídias sociais são formadoras de opinião.

e) Empresas não precisam estar ativas nas mídias sociais.

21) Muito usado na editoração eletrônica, o InDesign permite que se trabalhe um texto de diferentes maneiras. Uma dessas maneiras é a conversão de uma composição de texto em curvas. Concluída essa conversão, é permitido ao designer:

a) Tratar o texto como imagem.

b) Editar o fluxo das caixas de texto.

c) Modificar as propriedades do parágrafo.

d) Delinear o texto em formas livres.

e) Marcar itens para revisão ortográfica.

22) Os formatos de arquivos gráficos

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

a) TIFF

b) PSD

c) JPEG

d) PNG

e) RGB

23) Ferramenta utilizada, no Adobe Photoshop, para modificar a saturação de cor em uma área:

a) borracha mágica

b) subexposição

c) correção

d) carimbo

e) esponja

24) Sobre os conceitos e ferramentas dos programas de edição gráfica mais comumente utilizados, julgue os itens a seguir:

I. O software Photoshop é indicado para a produção e tratamento de imagens vetoriais.

II. A montagem de um projeto gráfico

e a diagramação de uma revista que será impressa podem ser feitas no software InDesign.

III. A ferramenta ajuste de curvas do Photoshop serve para configurar os limites de uma forma ou objeto, transformando linhas retas em traços arredondados.

IV. O Premiere é utilizado para edição de vídeos, incluindo ferramentas de corte e montagem, sem possibilidade de inserção de créditos ou legendas. Para isso o arquivo necessariamente deverá ser exportado para o After Effects.

V. Pode-se dizer que o Corel Draw e o Illustrator possuem finalidades semelhantes, que é produzir projetos gráficos via editoração vetorial.

Das alternativas acima, estão CORRETAS:

- a) Apenas I e IV estão corretas.
- b) Apenas II e V estão corretas.
- c) Apenas III e IV estão correta.
- d) Apenas I, III e V estão corretas.
- e) Apenas II, III e V estão corretas.

25) Como instrumento largamente utilizado na produção da informação e da comunicação por meios digitais, o padrão MPEG possibilita a compressão, descompressão, processamento e codificação de:

- a) áudio, somente.

b) vídeo, somente.

c) áudio e vídeo.

d) gráficos.

e) nenhuma das alternativas anteriores.

26) A maioria dos processos de impressão utiliza matrizes que imprimem simultaneamente mais de uma unidade, como, por exemplo, no caso de um livro, em que são impressas várias páginas diferentes em uma mesma matriz. Para saber onde começam e onde terminam as páginas impressas, é preciso que haja indicações (impressas) que vão orientar o refile que separará as páginas. Dentre essas indicações, que são de responsabilidade do designer, destaca(m)-se a(s) seguinte(s):

- a) sangramento
- b) barra de controle
- c) imposição de página
- d) margem da pinça
- e) marcas de corte e dobra

27) A diagramação consiste na distribuição dos elementos gráficos no espaço limitado da página impressa ou em outros meios. Sobre a diagramação e aspectos de legibilidade em comunicação visual, julgue os itens a seguir:

I. Uma composição simétrica é percebida como calma e harmoniosa, já uma composição assimétrica cria dinamismo e tensão.

II. As três leis da Gestalt — da

proximidade, da semelhança e da intimidade — são úteis para a tarefa de diagramar.

III. O entrelinhamento afeta a legibilidade, portanto, na composição digital de textos, seu valor deve corresponder a, aproximadamente, três vezes o corpo do tipo.

IV. O ajuste do espaço individual entre as letras de uma palavra não interfere na legibilidade.

V. As viúvas, palavras solitárias ou letras que ficam isoladas em uma linha no alto de uma página ou no final de um parágrafo, devem ser evitadas.

Das alternativas acima, estão corretas:

- a) Apenas II está correta.
- b) Apenas III e IV estão corretas.
- c) Apenas II e V estão corretas.
- d) Apenas I, II e V estão corretas.
- e) Todas estão corretas.

28) A respeito das estratégias de relacionamento com o consumidor, julgue os itens a seguir em verdadeiro ou falso. Em seguida, assinale a alternativa correta:

I—Em termos de comunicação organizacional, a observância dos aspectos legais presentes no código do consumidor se sobrepõe às perspectivas focadas no relacionamento com o consumidor.

II – O telemarketing ativo é uma forma de

marketing direto de grande eficiência em que o consumidor estabelece pedidos diretamente ao utilizar os serviços de centrais 0800.

III – Cada vez mais as empresas usam perfis em redes sociais para oferecer suporte pós-venda e ter um *feedback* dos clientes.

IV – Não desperta preocupação a avaliação negativa de um consumidor sobre determinada marca em redes sociais, uma vez que tal manifestação não representa uma posição oficial da empresa.

Marque apenas a alternativa correta:

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

29) Assinale a alternativa correta a respeito de logotipos e logomarca:

a) Um logotipo consiste na representação de uma empresa apenas por meio de letras, enquanto uma logomarca cuida de unir um símbolo ao nome da empresa.

b) Na elaboração de um logotipo o designer idealiza um símbolo (ícone) para associar ao nome da empresa, enquanto a elaboração de uma logomarca vai conceber uma grafia que tenha a ver com o nome da empresa.

c) A logomarca não é fundamental; por isso, o designer se ocupa em conceber apenas a grafia do nome da empresa.

d) O logotipo não é fundamental; por isso, o designer se atenta à construção de uma logomarca.

e) O layout de um logotipo consiste em associar o nome da empresa com o símbolo.

30) No Adobe Illustrator CS6, a ferramenta que permite criar, adicionar, subtrair e converter pontos âncoras chama-se:

a) Pen Tool

b) Pencil Tool

c) Direct Selection Tool

d) Line Segment Tool

e) Anchor Tool