

## LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto para responder as seguintes questões.

### TEXTO

#### As redes sociais digitais: necessidade ou vício?

Com o advento dos aparelhos móveis e a ampliação dos recursos dos celulares, a expansão da internet se dá de forma assustadora e seu uso passa de esporádico para instantâneo. Essa evolução, ao fortalecer o paradigma de “computador onde a pessoa se encontra, a qualquer hora e lugar”, referindo-se aos aparelhos móveis, modifica também comportamentos como o chamado “vício eletrônico”.

Antes, a expressão indicava o vício das pessoas que não conseguiam se desligar de seus computadores para entrar nas redes sociais, jogar, fazer comentários ou verificar o que está sendo postado. Hoje, a situação se torna mais complexa e alarmante. Basta observar ao redor: pessoas caminhando e usando celular, pessoas em bares e restaurantes que não interagem com outras pessoas, mas com seus aparelhos. Crianças e adolescentes conectados o tempo todo. Adultos usando aparelhos de comunicação em festas e cerimônias formais. Imagens sendo postadas e divulgadas em cada momento. O chamado vício agora se irradia: as pessoas podem acessar suas informações em qualquer lugar e horário, pois carregam os aparelhos consigo.

Ao lado dos inúmeros serviços ofertados na internet, tais como a realização de pesquisas, serviços bancários, serviços públicos e a comercialização de produtos e serviços, entre outros, encontra-se uma forma de comunicação via redes sociais, que se tornou parte do dia a dia das pessoas em todo o mundo. O próprio conceito de redes sociais é antigo e indica a integração de pessoas que têm um objetivo comum e se comunicam para compartilhar ideias ou realizar ações conjuntas. No caso das redes sociais digitais, essa comunicação se dá por meio de uma tecnologia, que fornece acesso por meio de diversos tipos de aparelhos (celulares, tablets etc).

Cada vez mais atraentes, as redes sociais são utilizadas também pelas empresas na promoção de seus bens e serviços, com base no perfil dos usuários e seus interesses. Há uma estrutura para capturar as informações via redes sociais e transformá-las em conteúdo para marketing e propaganda, para captar novos clientes ou garantir os existentes.

Percebe-se, entretanto, que as redes sociais digitais possuem um tempo de vida útil. A rede social digital mais utilizada, atualmente, começa a apresentar desgaste devido ao uso de “correntes”, pensamentos de autores que nem sempre são verídicos, comentários

pagos por partidos políticos e excesso de propagandas de empresas na comercialização de seus produtos e serviços. Essas informações descaracterizam o que inicialmente seria utilizado para que as pessoas se comunicassem.

Além dos problemas psicológicos de vício e isolamento social que estão sendo estudados, não se pode negligenciar outros itens no quesito saúde, devido à radiação e ao contato direto com os aparelhos, que trazem problemas como diminuição da visão, tendinite, dor nas costas, má postura e ansiedade, entre outros.

Destaca-se, por sua vez, o lado fantástico dessa tecnologia que possibilita comunicação em tempo real, com fotos, imagens e comentários, o que pode aproximar as pessoas e colocá-las a par dos acontecimentos familiares, de relacionamentos e de acontecimentos de interesse público, mesmo a longa distância. Inclusive comenta-se que as pessoas nunca escreveram ou leram tanto como após o advento das tecnologias de informação e comunicação. Não vamos entrar aqui no mérito do que e de como se escreve, o que tem-se tornado preocupação dos professores e professoras de Língua Portuguesa pela qualidade duvidosa e pelos incontáveis erros de escrita que circulam pela internet.

Enfim, devemos aprender a dosar o uso das novas tecnologias de comunicação para que seus benefícios possam ser aproveitados de maneira a contribuir para a real aproximação e compartilhamento entre as pessoas, com liberdade e não como escravidão e dominação.

*(Tania Tait, [http://www.gazetadopovo.com.br/Texto\\_publicado\\_na\\_edicao\\_imprensa\\_de\\_29\\_de\\_abril\\_de\\_2014](http://www.gazetadopovo.com.br/Texto_publicado_na_edicao_imprensa_de_29_de_abril_de_2014)).*

### QUESTÃO 01

De acordo com o texto é correto afirmar que:

- A autora defende o uso das redes sociais digitais e desconsidera os riscos desse uso.
- A autora faz uma apologia ao uso das redes sociais digitais.
- A autora considera os dois lados da mesma moeda: os benefícios promovidos pelo uso das redes sociais digitais e os males que esse uso pode causar.
- A autora confessa ser dependente do uso das redes sociais digitais.
- A autora afirma que as redes sociais podem ser usadas sem moderação.

### QUESTÃO 02

Leia o fragmento:

“Antes, a expressão indicava o vício das pessoas que não conseguiam desligar-se de seus computadores para entrar nas redes sociais, jogar, fazer comentários ou verificar o que está sendo postado.”

A regência do verbo destacado é a mesma que ocorre na alternativa:

- a. Já lhe paguei tudo o que lhe devia.
- b. Ele não tem dúvida de que as redes sociais digitais são excelentes ferramentas de trabalho.
- c. Ela se destacou em todas as atividades sociais das quais participou.
- d. Ofereceram-nos material de leitura digital.
- e. Pediram-me meu telefone.

#### QUESTÃO 03

Segundo o Acordo Ortográfico de 1990, a grafia correta das palavras ocorre na alternativa:

- a. Afrodescendente, luso-brasileiro.
- b. Autoestima, Microrregião.
- c. Minissaia, microorganismos.
- d. Semi-alfabetizado, afro-brasileiro.
- e. Gira-sol, para-quadras.

#### QUESTÃO 04

Assinale a alternativa que atende às regras de concordância:

- a. Aparelhos celulares, tablets, notebooks, tudo são objetos de consumo da juventude.
- b. Deteve-se os cuidados necessários para evitar a dependência eletrônica.
- c. Inadvertidamente compartilham-se projetos pessoais nas redes sociais.
- d. Discordam-se de acessos às redes sociais realizados por crianças.
- e. Encontramos caídas a roupa e o prendedor.

#### QUESTÃO 05

Assinale a alternativa cuja grafia e divisão silábica do vocábulo está correta:

- a. PARADIGMA : pa-ra-di-gma.
- b. BENEFICIENTE : be-ne-fi-ci-en – te.
- c. TECNOLOGIA : te-cno-lo-gia.
- d. Girassol: gi-ra-ssol.
- e. HORÁRIO : ho-rá-rio.

#### QUESTÃO 06

No fragmento: “Se, ao comprar uma passagem aérea, o sistema registra duplamente minha compra, eu não tenho uma pessoa com quem falar, eu tenho um sistema que me pede para escrever minha reclamação, e ele me dará trinta dias para resolver o problema”, ao substituir registra por registrar, seriam necessárias as respectivas alterações nos tempos verbais:

- a. Teria – teria – pediria – daria.
- b. Terei – terei – pedirá – dará.
- c. Terei – terei – pede – dará.
- d. Teria – teria – pedirá – dará.
- e. Terei – teria – pede – dará.

#### QUESTÃO 07

Sobre o fragmento “Não praticar a advertência, a repreensão e a punição, impede o aprendizado dos próprios limites e do direito do outro” é correto afirmar:

- a. O verbo *impedir* está no singular para concordar com o núcleo do sujeito *não praticar*.
- b. O verbo *impedir* poderia ficar no plural para concordar com *a advertência, a repreensão e a punição*.
- c. O verbo *impedir* está no singular para concordar com *o aprendizado*, que é seu objeto direto.
- d. O verbo *impedir* deveria estar no plural para concordar com *limites e direito*.
- e. O verbo *impedir* está no singular para concordar com o substantivo *punição*.

#### QUESTÃO 08

Recebem acento pelo mesmo motivo as palavras da alternativa:

- a. Eletrônico, código e país.
- b. Necessário, difícilima e vulneráveis.
- c. Agrotóxicos, diálogo e bancária.
- d. Crônica, síndrome e eletrônica.
- e. Simpática, tênis e papéis.

#### QUESTÃO 09

O acento indicador de crase está bem colocado em “Todos somos sujeitos à incomunicatite crônica” assim como está na alternativa:

- a. O respeito à pessoas idosas deve prevalecer.
- b. Volto à referir-me aos atos de vandalismo.
- c. Em sua ida à Lua, o homem mostrou-se capaz de realizar grandes atos.
- d. Além de grandes, o homem deve ser capaz de obedecer à leis da natureza.
- e. Caminhava à passo lento.

#### QUESTÃO 10

No fragmento: “A humanidade se dá conta, hoje, que foi afetada por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com seu namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”. A substituição de “a humanidade” por um pronome de tratamento adequado a autoridades hierarquicamente superiores, seria correto escrever:

- a. “A Vossa Excelência se dá conta, hoje, que foi afetada por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com vosso namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”.
- b. “A Sua Excelência se dá conta, hoje, que foi afetada por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com vosso namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”.

- c. “Sua Excelência se dá conta, hoje, que foi afetada por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com seu namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”.
- d. “Vossa Excelência vos dais conta, hoje, que fostes afetada por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com vosso namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”.
- e. “Vossa Excelência se dá conta, hoje, que foram afetadas por esse mal. Sofrimento por não ter com quem compartilhar. Nem com seu namorado ou namorada, amigo, colega de trabalho”.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

### QUESTÃO 11

Nas reais Democracias, onde a cidadania é plenamente respeitada e exercida, a Justiça Eleitoral possui independência e liberdade de ação. No Brasil, a Justiça Eleitoral foi criada nos anos trinta. Mas desde a sua criação até os dias atuais, em diversos momentos, foi desrespeitada e até mesmo suprimida. A atual Constituição Federal em seu art. 118 enumera quais são os órgãos responsáveis pelo direcionamento, organização e fiel cumprimento dos preceitos eleitorais no Brasil.

De acordo com o exposto, analise as proposições abaixo e marque a opção que enumera os referidos órgãos representativos da Justiça Eleitoral no Brasil, segundo a disposição constitucional mencionada:

- I. O Chefe do Poder Executivo Municipal ao referendar e empossar os representantes da Câmara Municipal
- II. A Defensoria Pública nas ações onde se visa punir os representantes políticos eleitos, os servidores públicos concursados ou agentes que prestem serviços a entidades públicas na condição de nomeados ou comissionados quando ajam dolosamente em prejuízo da coletividade ou do cidadão.
- III. Os Juízes Eleitorais e os Tribunais Regionais Eleitorais.

**Está (ão) correto (s) apenas:**

- a. I.  
b. I e II.  
c. II.  
d. III.  
e. II e III.

### QUESTÃO 12

As Redações Publicitárias elaboradas e veiculadas por entidades ou departamentos publicitários devem ser construídas de maneira que sejam preservadas a imagem e a essência da Empresa ou Instituição divulgada. Para tanto, na elaboração de um projeto profissional de publicidade é de fundamental importância que seja avaliado e mensurado o impacto da imagem transmitida como as perspectivas almejadas. Neste tocante todos os componentes presentes no processo de elaboração publicitária devem ser analisados criteriosamente. Dentro desta perspectiva muitos departamentos publicitários se organizam e fragmentam o processo construtivo visando melhorar a eficiência do produto final.

Sobre o processo de elaboração de textos impressos assinale a alternativa que não faz parte das etapas de sua criação.

- a. Artefinalização.  
b. Roteiro.  
c. Briefing.  
d. Layouts.  
e. Raf.

### QUESTÃO 13

No campo da Publicidade como é denominado o documento onde se pré-define a organização dos materiais gráficos (tipos, logos, formas, cores) de divulgação da marca e da imagem de uma Instituição?

- a. Manual de Impressão.  
b. Manual de Design.  
c. Manual de Identidade Visual.  
d. Artegrafia.  
e. Layouts.

### QUESTÃO 14

Segundo a atual Constituição brasileira o alistamento eleitoral e o voto são:

- I. Facultativos para os maiores de sessenta anos
- II. Obrigatórios para os estrangeiros que pretendem requerer a cidadania brasileira
- III. Facultativos para os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos
- IV. Facultativos para os cidadãos maiores de 18 anos alfabetizados que possuam apenas a escolaridade primária.

**Está (ão) correto (s):**

- a. I e II apenas.

- b. II e III apenas.
- c. III e IV apenas.
- d. III apenas.
- e. I, II, III e IV apenas.

#### QUESTÃO 15

Para que o cidadão seja investido em função pública eletiva, (mediante processo eleitoral para preenchimento de cargo nos poderes executivo ou legislativo,) faz-se necessário preencher as condições de elegibilidade, segundo disposto na Constituição Federal. De acordo com esta temática são condições de elegibilidade previstas na nossa Carta Magna:

- I. Ter nacionalidade brasileira;
- II. Ter a plenitude dos direitos políticos;
- III. Ter domicílio eleitoral na respectiva circunscrição onde fora eleito;
- IV. Possuir filiação partidária registrada e válida perante a Justiça Eleitoral.

**Estão corretas as proposições:**

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

#### QUESTÃO 16

A Constituição Federal Brasileira estabelece nas condições de elegibilidade quanto à idade para a posse no mais importante Cargo Público Brasileiro, o de Chefe do Poder Executivo Nacional, a idade mínima de:

- a. 21 anos.
- b. 28 anos.
- c. 30 anos.
- d. 35 anos.
- e. 45 anos.

#### QUESTÃO 17

Na elaboração de um correto plano de Publicidade todos os elementos que compõem o produto final divulgado devem ser harmônicos e se completarem. Evitando assim o desvio de finalidade, contradições ou dubiedade da interpretação almejada ou impedindo que um determinado segmento tenha destaque ou seja prejudicado diante dos demais elementos componentes do todo.

Dentre as opções abaixo qual se excetua nas funções de um TÍTULO na elaboração de um texto publicitário?

- a. Personalizar a mensagem.
- b. Impactar o leitor.

- c. Informar o conteúdo textual.
- d. Gerar expectativas no leitor.
- e. Despertar a sensibilidade emotiva no leitor.

#### QUESTÃO 18

A Comunicação é um dos segmentos mais importantes no universo da Publicidade. Nos múltiplos aspectos que a compõem imprescindível é ajustar a mensagem transmitida ao CONTEXTO adequado. Atento aos fundamentos da Comunicação marque a alternativa que apresenta o significado do CONTEXTO, que é um dos mais importantes conceitos do campo teórico da comunicação:

- a. O Contexto é o conjunto de textos que compõem o conteúdo de uma mensagem.
- b. É a transformação do texto em abstrato em arte publicitária dirigida a um fim.
- c. É o sistema de signos e simbologias convencionais submetidos a regras por meio do qual a mensagem é transmitida.
- d. É o conjunto de normas legais que fornecem os parâmetros permitidos no universo da Publicidade.
- e. São os parâmetros técnicos pré-estabelecidos pelo mercado da Publicidade.

#### QUESTÃO 19

Atualmente não se pode falar em Publicidade eficiente sem que se faça uso de todos os meios disponíveis no universo da informática. Neste tocante quanto mais a Publicidade se socorrer à Hipermídia, maior será seu alcance. Dentre as opções abaixo marque a alternativa que não diz respeito à HIPERMEDIA:

- a. É a linguagem resultante da fusão da multimídia e da internet.
- b. Comunicações publicitárias que não se valem da HIPERMEDIA podem ser consideradas tradicionais e obsoletas.
- c. É a integração de texto escrito, audiovisual e a informática.
- d. A conectividade e interatividade são duas de suas características mais marcantes.
- e. A atualização constante é uma de suas maiores características.

#### QUESTÃO 20

Relacione as peças de comunicação apresentadas a seguir com as suas respectivas definições:

Peças de Comunicação

- 1. Anúncio.
- 2. Fonograma.

3. Hot sites.  
4. Painéis cinéticos.

#### Definições

( ) Uma das mais utilizadas formas de comunicação publicitária; comumente veiculada em jornais, revistas ou outros meios de comunicação semelhantes.

( ) Caracteriza-se por apresentar algum tipo de movimento contínuo para chamar maior atenção. Como sua elaboração é mais complexa o seu custo operacional é bem elevado.

( ) Pode ser um jingle ou um spot, ou uma mistura dessas duas modalidades. É uma peça de comunicação indicada para rádio ou veículo de mídia semelhante.

( ) Consiste em uma mensagem lançada por uma ou mais páginas ou por meio de um banner com uma mensagem independente ou por meio de um link.

**Assinale a alternativa em que apresenta a sequência CORRETA.**

- a. 1 4 2 3.  
b. 2 4 1 3.  
c. 1 2 3 4.  
d. 3 2 1 4.  
e. 1 2 4 3.

#### QUESTÃO 21

**A linguagem no universo da Publicidade deve ser funcional e objetiva para que seja absorvida por seu público alvo da forma mais eficiente possível.**

**Uma das maiores qualidades da linguagem publicitária é a CONCISÃO. Considera-se que esta qualidade está presente na linguagem publicitária quando:**

- a. O texto for monotemático, ressaltando apenas os detalhes relevantes.  
b. Fizer intenso uso de palavras exóticas ou estrangeiras visando à criação de uma atmosfera de efeito e expectativa.  
c. Se limitar ao uso de vocabulário coloquial, evitando assim a sofisticação e o rigor gramatical.  
d. Forem eliminadas as repetições e redundâncias, fazendo uso de frases sintéticas que possuam o máximo de informação.  
e. Só fizer uso de linguagem ajustada ao público-alvo.

#### QUESTÃO 22

**O Photoshop é um software de imensa utilidade no universo da Publicidade. Destinado especialmente no tratamento e edição de imagem, inquestionavelmente é uma das mais úteis e utilizadas ferramentas do setor publicitário.**

**Sobre o tema do Photoshop, marque a opção que identifica a função da ferramenta CARIMBO:**

- a. Consiste na finalização da arte.  
b. É a ferramenta indicada na suavização de tonalidades.  
c. Altera as cores da imagem.  
d. Corresponde ao registro de autoria da arte produzida.  
e. Essa ferramenta possibilita que pequenos retoques sejam feitos na imagem.

#### QUESTÃO 23

**As mensagens publicitárias impressas podem apresentar inúmeras formas, utilizando-se de inúmeros recursos. Mas dependendo do fim para o qual se destina, o sistema de mídia veiculado e o público alvo visado, a mensagem publicitária impressa poder apresentar-se de forma mais tradicional, utilizando-se apenas de texto. Como são chamadas as mensagens publicitárias impressas que contêm apenas texto?**

- a. Manuscrito.  
b. All type.  
c. Verbo-visual.  
d. Briefing.  
e. Impressão discursiva.

#### QUESTÃO 24

**Inúmeros são os recursos amplamente utilizados no processo de redação publicitária. Nas proposições a seguir são exibidos alguns destes recursos, excetuando-se uma opção. Após analisar atentamente, marque a alternativa que apresenta a referida exceção:**

- a. Outdoor.  
b. Paródia.  
c. Intertextualidade.  
d. Alusão.  
e. Ready-made.

#### QUESTÃO 25

**No universo da redação publicitária, com destaque para o anúncio, dois dos elementos mais importantes é o título e o slogan. Em relação aos mesmos não é correto afirmar que:**

- a. O título, via de regra, geralmente dura apenas durante a veiculação do anúncio, enquanto o slogan já se caracteriza por ter longa duração, muitas vezes sendo usado por muitos anos.  
b. O slogan encerra o anúncio e está vinculado com o produto ou serviço noticiado e com a imagem do anunciante, ou seja, com a sua marca.

- c. Quanto ao aspecto retórico o título pode ser direto ou indireto, sendo que o título direto tem sentido por si mesmo, independente da imagem, e o indireto tem como marca o seu caráter complementar com a imagem que estampa o anúncio.
- d. O título deve transmitir informação conceitual sobre a empresa, sendo fundamental não omitir a promessa básica do anúncio.
- e. O título inicia o anúncio e relaciona-se com o texto e com a imagem que estampa o anúncio publicitário.

#### QUESTÃO 26

Em relação às logomarcas, marque a alternativa incorreta:

- a. Consiste numa figura convencional criada com a função de um nome, produto, serviço, marca, ideia ou instituição.
- b. Ícones, fonogramas e ideogramas podem servir de base na elaboração de uma Logomarca.
- c. É uma frase objetiva e impactante que identifique as qualidades do produto, ideia ou serviço.
- d. Símbolo contendo palavras ou grupo de letras, apresentadas em desenho característico, com a finalidade de servir como elemento de identidade visual.
- e. Letras e/ou símbolo especialmente desenhados para compor e representar o nome de uma marca ou empresa.

#### QUESTÃO 27

É indispensável que após a criação de uma logomarca, nome, símbolo ou figura para identificar empresas, produtos ou serviços, seja procedido o registro. Garantindo assim o direito de propriedade. O órgão perante o qual o pretensão proprietário ou responsável deverá efetuar o referido procedimento é:

- a. ABMP- Associação Brasileira de Marcas e Patentes.
- b. ISO – International Standardization Organization.
- c. INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial.
- d. INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.
- e. ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

#### QUESTÃO 28

Frase compacta, contundente, sedutora, de rápida memorização, às vezes cômica, em outras instigante e reflexiva, que assinala as qualidades de um produto, ideia ou serviço é denominado de:

- a. Slogan.

- b. Briefing.
- c. Layouts.
- d. Slow-motion.
- e. Logomarca.

#### QUESTÃO 29

As imagens abaixo exibidas são respectivamente espécies de LOGOS:

BACARDI



- a. Tipográfico, Simbólico e Integrado.
- b. Tipográfico, Integrado e Simbólico.
- c. Simbólico, Tipográfico e Integrado.
- d. Integrado, Pictográfico e Simbólico.
- e. Simbólico, Integrado e Tipográfico.

#### QUESTÃO 30

Analise os conceitos a seguir:

- I. Campanha publicitária é o termo utilizado pelos profissionais da área de publicidade para explicar o conjunto de anúncios dentro de um único planejamento para um determinado anunciante por um tempo determinado.
- II. Publicidade é o ato de comunicar alguma coisa para alguém. Trata-se da propagação de informação, sendo assim, um processo comunicacional.
- III. Propaganda é a forma como essa comunicação é apresentada. O objetivo da propaganda é persuadir o consumidor e levá-lo a efetivar a compra. Dessa forma, propaganda é, então, uma ferramenta da publicidade.

Está (ão) correto (s):

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