

INSTITUTO FEDERAL
Sul de Minas Gerais

CONCURSO PÚBLICO IFSULDEMINAS

TÉCNICO - ADMINISTRATIVO EM EDUCAÇÃO

Cargo: Técnico de Laboratório - Área Publicidade

INSTRUÇÕES GERAIS

- As orientações apresentadas neste caderno de provas e demais instruções feitas pelos organizadores são complementares ao Edital IFSULDEMINAS nº 216/2023 – Concurso Público Técnicos Administrativos em Educação - TAE.
- A Prova Objetiva terá duração de 4 (quatro) horas. Ressaltamos que nesse período está **incluso o tempo destinado à transcrição na Folha de Respostas**.
- É terminantemente **proibido o deslocamento de carteiras**, tendo em vista que elas são organizadas de forma a manter o distanciamento entre os candidatos.
- **Não é permitida a aglomeração de pessoas** nas dependências dos locais de prova. Ao entregar a Folha de Respostas preenchida, dirija-se imediatamente à saída do local.
- O uso dos banheiros só é permitido durante o tempo em que o candidato estiver realizando a prova. Por esse motivo, ao terminar a prova, se desejar utilizar o banheiro, faça antes de entregar sua prova ao aplicador.
- A saída da sala de provas pelo candidato só será permitida após o período de sigilo, **que é de 1(uma) hora, contada a partir do efetivo início das provas**.
- Os 3 (três) últimos candidatos de cada sala somente poderão entregar as provas e retirar-se do local, simultaneamente, após assinatura do relatório de aplicação de provas.
- Assine a **Folha de Respostas** e o **Caderno de Questões** assim que recebê-los. A Folha de Respostas sem assinatura não tem validade e a mesma não deve ser dobrada, amassada ou rasurada. O candidato também deverá certificar-se de que assinou a lista de presença.
- O Gabarito e o Caderno de Questões serão divulgados no endereço eletrônico: **concurso.ifsuldeminas.edu.br**

INSTRUÇÕES SOBRE O CADERNO DE QUESTÕES

- Este caderno contém **40 questões de múltipla** escolha e **28 páginas**. Ao recebê-lo, verifique se ele está completo, conforme tabela a seguir. Caso não esteja, comunique imediatamente o fiscal de sala. Confira essas informações antes de iniciar a prova.

Disciplinas	Questões
Língua Portuguesa (5 questões)	01 a 05
Raciocínio Lógico-Matemático (5 questões)	06 a 10
Legislação (5 questões)	11 a 15
Conhecimentos Específicos (25 questões)	16 a 40
Total	40

- Leia atentamente cada questão e assinale **apenas uma alternativa**. A interpretação das questões faz parte da prova, não sendo permitido aos aplicadores repassar nenhuma informação sobre qualquer questão.

INSTRUÇÕES SOBRE A FOLHA DE RESPOSTAS

- Cada candidato receberá uma Folha de Respostas individual. Ao receber, **confira se o seu nome e o número de inscrição estão corretos**. Caso identifique algum erro, comunique ao fiscal de sala imediatamente.
- As respostas deverão ser transferidas para a Folha de Respostas utilizando **caneta esferográfica azul ou preta**.
- Qualquer rasura ou marcação de mais de uma alternativa, na folha de respostas, será considerada como questão **INCORRETA**.
- Caso o candidato não utilize caneta ou a marcação de forma adequada e o leitor de Folha de Respostas não identifique a marcação, a questão será considerada como **INCORRETA**.

BOA PROVA!

Nome do candidato: _____

LÍNGUA PORTUGUESA (Questões de 01 a 05)

As questões 01, 02 e 03 se referem ao texto I

Texto I

Panorama da comunicação oficial

A finalidade da língua é comunicar, quer pela fala, quer pela escrita. Para que haja comunicação, são necessários:

- a) alguém que comunique;
- b) algo a ser comunicado;
- c) alguém que receba essa comunicação.

No caso da redação oficial, quem comunica é sempre o serviço público (este/esta ou aquele/aquela Ministério, Secretaria, Departamento, Divisão, Serviço, Seção); o que se comunica é sempre algum assunto relativo às atribuições do órgão que comunica; e o destinatário dessa comunicação é o público, uma instituição privada ou outro órgão ou entidade pública, do Poder Executivo ou dos outros Poderes. Além disso, deve-se considerar a intenção do emissor e a finalidade do documento, para que o texto esteja adequado à situação comunicativa.

A necessidade de empregar determinado nível de linguagem nos atos e nos expedientes oficiais decorre, de um lado, do próprio caráter público desses atos e comunicações; de outro, de sua finalidade. Os atos oficiais, aqui entendidos como atos de caráter normativo, ou estabelecem regras para a conduta dos cidadãos, ou regulam o funcionamento dos órgãos e entidades públicos, o que só é alcançado se, em sua elaboração, for empregada a linguagem adequada. O mesmo se dá com os expedientes oficiais, cuja finalidade precípua é a de informar com clareza e objetividade.

Disponível em:
<http://www4.planalto.gov.br/centrodeestudos/assuntos/manual-de-redacao-da-presidencia-da-republica/manual-de-redacao.pdf>
Acesso em: 17 jul. 2023 (Adaptado).

QUESTÃO 01

No trecho “Além disso, deve-se considerar a intenção do emissor e a finalidade do documento, **para que** o texto esteja adequado à situação comunicativa”, os termos em negrito indicam relação de:

- a) Adição.
- b) Causa e Consequência.
- c) Conclusão.
- d) Finalidade

QUESTÃO 02

Considere o seguinte fragmento textual: “O mesmo se dá com os expedientes oficiais, cuja finalidade precípua é a de informar com clareza e objetividade.”

Assinale a alternativa em que é mantido o sentido e respeitada a norma padrão da Língua Portuguesa escrita:

- a) O mesmo acontece com os expedientes oficiais, os quais têm a meta obrigatória de informar com clareza e objetividade.
- b) O mesmo ocorre com os expedientes oficiais, que têm o objetivo principal de informar com clareza e objetividade.
- c) O mesmo sucede com os expedientes oficiais, que tem o propósito basilar de informar com clareza e objetividade.
- d) O mesmo transcorre com os expedientes oficiais, cujo o fim único é o de informar com clareza e objetividade.

QUESTÃO 03

Escolha a alternativa que sintetiza as informações tratadas no texto quanto às características da redação oficial:

- a) A redação oficial é um tipo de comunicação institucional realizada pelo serviço público por meio de atos oficiais e expedientes oficiais, ambos de natureza normativa, ao público em geral, a instituições privadas e a outros órgãos públicos.
- b) A redação oficial é um formato de linguagem objetivo e claro usado pelo serviço público através de ofícios, memorandos e resoluções para repassar informações ao público externo, aos servidores e às instituições privadas.
- c) A redação oficial é um conjunto de normas de linguagem a serem seguidas pelos servidores públicos.
- d) A redação oficial é um meio de linguagem empregada pelos servidores públicos para publicizar as ações e as normas de uma instituição pública.

QUESTÃO 04

Segundo o Manual de Redação da Presidência da República (BRASIL, 2018), o endereçamento de um documento deve conter:

- a) Vocativo na forma de tratamento adequada para quem receberá o expediente, nome do destinatário ao expediente, cargo do destinatário ao expediente, endereço postal de quem receberá o expediente e alinhamento à margem esquerda da página.
- b) Saudação apropriada a quem receberá o expediente, nome do destinatário ao expediente, cargo do destinatário ao expediente, endereços postal e eletrônico de quem receberá o expediente e alinhamento da página centralizado.

- c) Vocativo na forma de tratamento adequada a quem receberá o expediente, nome do destinatário ao expediente, cargo do destinatário ao expediente, endereços postal e eletrônico de quem receberá o expediente, assunto do expediente e alinhamento da página centralizado.
- d) Saudação apropriada a quem receberá o expediente, nome do destinatário ao expediente, cargo do destinatário ao expediente, assunto do expediente endereço eletrônico de quem receberá o expediente e alinhamento à margem esquerda da página.

QUESTÃO 05

De acordo com o Manual de Redação da Presidência da República (BRASIL, 2018), a depender do contexto, o termo *e-mail* pode significar:

- a) Tipo textual, não sendo considerado um documento oficial; uma forma de mensagem, que deve ser sintética; ou sistema de transmissão de informações eletrônicas, que não tem custo e é rápido.
- b) Gênero textual, não sendo considerado um documento oficial; endereço eletrônico, sendo utilizado por servidores públicos para comunicação interna à instituição; ou sistema de transmissão de mensagem eletrônica, que tem baixo custo e é diligente.
- c) Tipo textual, sendo considerado um documento oficial; um meio de transmissão de informações, que devem ser claras e objetivas; ou sistema de transmissão de mensagens eletrônicas, que não tem custo e é eficiente.
- d) Gênero textual, sendo considerado um documento oficial; endereço eletrônico, sendo utilizado por servidores públicos; ou sistema de transmissão de mensagem eletrônica, que tem baixo custo e é célere.

RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO (Questões de 06 a 10)

QUESTÃO 06

Uma proposição é uma sentença formada por símbolos ou palavras que fornecem um sentido completo, a qual pode ser simples ou composta. No mesmo contexto, toda proposição assume apenas um dos valores lógicos: verdade ou falsidade.

Acerca dos valores lógicos, a proposição composta “O número n é irracional ou o número n não é irracional” é uma

- a) contradição.
- b) contingência.
- c) equivalência.
- d) tautologia.

QUESTÃO 07

A negação dos quantificadores universais e existenciais assumem formas específicas segundo as chamadas Leis de Morgan, as quais especificam que dado um conjunto universal H , a negação de $(\forall x \in H)(p(x))$ é dada por $(\exists x \in H)(\sim p(x))$ e a negação de $(\exists x \in H)(p(x))$ é dada por $(\forall x \in H)(\sim p(x))$.

Acerca das Leis de Morgan e do conjunto universal H dos candidatos à vaga de um concurso, analise as afirmações.

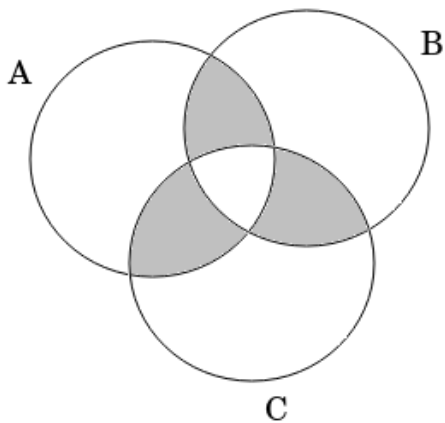
- I - A negação da proposição “Todos os candidatos são bons motoristas” é dada por “Todos os candidatos são maus motoristas”.
- II - A negação da proposição “Existem candidatos que são bons motoristas” é dada por “Todos os candidatos são maus motoristas”.
- III - A negação da proposição “Todos os candidatos são bons motoristas” é dada por “Existem candidatos que são maus motoristas”.
- IV - A negação da proposição “Existem candidatos que são bons motoristas” é dada por “Existem os candidatos que são maus motoristas”.

É correto somente o que se afirma em:

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

QUESTÃO 08

O Diagrama de Venn é uma ferramenta para a representação das operações matemáticas entre conjuntos quaisquer. No Diagrama de Venn, a região pintada representa o conjunto resultante das operações executadas. Dados conjuntos A , B e C quaisquer, o Diagrama de Venn na imagem representa o conjunto resultante de uma operação entre os conjuntos.



A alternativa que apresenta a operação ilustrada pelo Diagrama de Venn na imagem apresentada é:

- a) $(A \cap B) \cup (A \cap C) \cup (B \cap C) - A \cap B \cap C$.
- b) $A \cap B \cap C$.
- c) $A \cup B \cup C$.
- d) $(A \cup B \cup C) - (A \cap B) - (A \cap C) - (B \cap C)$.

Fonte: Imagem elaborada pelo autor da questão.

QUESTÃO 09

Um comerciante de material escolar deseja expor dois tipos de agendas coloridas para aumentar as vendas. O comerciante separou 2 agendas verdes e 5 agendas azuis e posicionou-as em fila em uma prateleira central.

O número de maneiras diferentes que as agendas podem ser organizadas em fila, incluindo todas as agendas selecionadas, é:

- a) 10
- b) 21
- c) 240
- d) 504

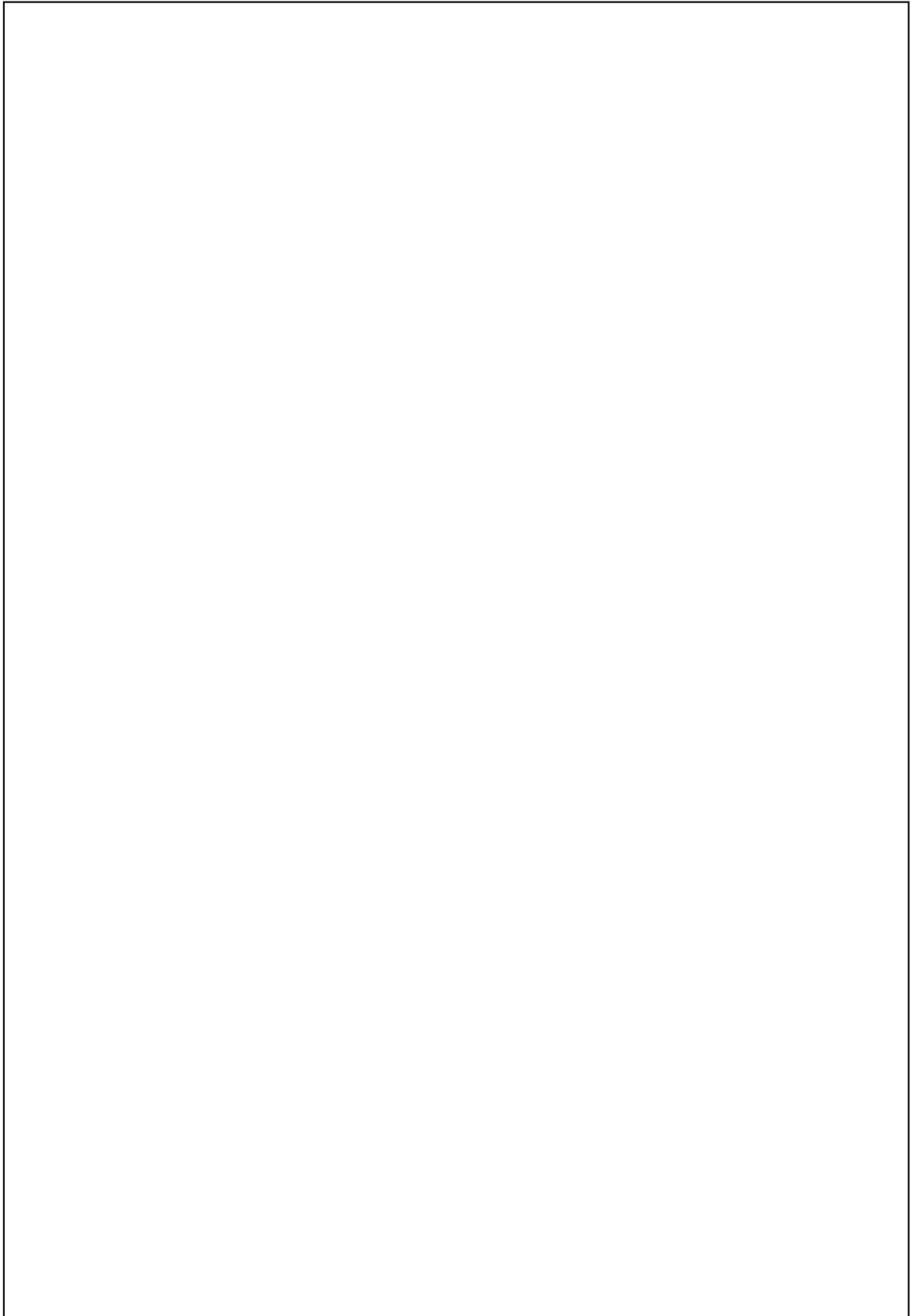
QUESTÃO 10

Quatro profissionais que não acumulam cargos estão reunidos com uma numeração de 1 a 4. Sabe-se que se o primeiro é advogado, então o terceiro é policial. Se o segundo é escrivão, então o terceiro não é policial. Se o segundo não é escrivão, então o quarto é promotor. Sabe-se ainda que o quarto não é promotor.

Acerca dessas informações é possível concluir corretamente que

- a) O segundo é escrivão ou o primeiro não é advogado.
- b) O primeiro é advogado ou o terceiro é policial.
- c) O terceiro é policial e o quarto não é promotor.
- d) O primeiro não é advogado e o segundo não é escrivão.

RASCUNHO



LEGISLAÇÃO (Questões de 11 a 15)

QUESTÃO 11

Pelo disposto no Art. 5º, inciso II da Constituição Federal de 1988, segundo o qual “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”, é correto afirmar que:

- a) O dispositivo relaciona-se ao princípio da legalidade estrita, de forma que as pessoas só podem realizar o que está determinado em lei
- b) O dispositivo aponta que a lei não pode tratar do que se deixa de fazer, uma vez que não é razoável o legislador prever as omissões dos destinatários.
- c) O dispositivo explicita o princípio da legalidade, estando alguém obrigado a fazer ou deixar de fazer algo somente se houver previsão legal.
- d) Todas as ações ou omissões devem ter previsão legal.

QUESTÃO 12

Jorge Morais, ocupante do cargo de Técnico de Tecnologia da Informação do IFSULDEMINAS, teve de se deslocar da unidade de Pouso Alegre para a unidade de Machado a serviço, utilizando-se de veículo institucional. No caminho, envolveu-se em um acidente automobilístico com um terceiro, danificando também o veículo deste último. Tendo em vista a responsabilidade civil do estado, é correto afirmar que:

- a) Adota-se o risco integral neste caso, pelo que o IFSULDEMINAS, na condição de pessoa jurídica de direito público, deve responder pelos danos causados pelos seus agentes, mesmo que se comprove dolo ou culpa.
- b) Responderá o IFSULDEMINAS objetivamente pelos danos causados por seu agente em exercício ao terceiro, independente de comprovação de dolo ou culpa do agente público.
- c) Comprovada a culpa exclusiva do servidor público para o acidente, a responsabilidade é subjetiva, devendo indenizar o terceiro envolvido.
- d) Fica excluída a responsabilidade do IFSULDEMINAS, caso a culpa seja concorrente, devendo o servidor e o terceiro reaverem diretamente os danos causados.

QUESTÃO 13

Raul Gonzalez é argentino e reside no Brasil há mais de 10 anos. Por ter formação em Redes de Computadores, tem interesse em concorrer a cargos públicos em sua área. Pode-se afirmar que Raul:

- a) Pode ser admitido em cargos de professor, técnico e cientista ofertados por universidades e instituições de pesquisa científica e tecnológica federais.
- b) Deve completar 15 (quinze) anos para requerer sua naturalização, em observância ao Art. 12, inciso II, alínea "b" da Constituição Federal, uma vez que a nacionalidade brasileira é requisito de ingresso em todos os cargos públicos.
- c) Pode ser admitido em cargos de professores, técnicos e cientistas ofertados por universidades e instituições de pesquisa científica e tecnológica federais somente se comprovar o requerimento da nacionalidade brasileira.
- d) Pode ser admitido em cargos de professores, técnicos e cientistas ofertados por universidades e instituições de pesquisa científica e tecnológica federais, dado o tratamento de reciprocidade conferido pela lei a países integrantes do Mercosul, de modo que oriundos desses países têm igualdade nos direitos atribuídos aos brasileiros.

QUESTÃO 14

Sobre o regime dos servidores públicos, analise as afirmações abaixo:

I - O servidor da administração federal pode acumular até 2 cargos, podendo ocupar 2 cargos de professor; ou 1 cargo de técnico de nível médio ou científico e 1 cargo de professor; ou 2 cargos privativos de profissionais da saúde.

II - É vedado ao servidor participar de gerência ou administração de sociedade privada, personificada ou não personificada, exercer o comércio, exceto na qualidade de acionista, cotista ou comanditário, salvo se estiver em redução da carga horária com remuneração proporcional ou em licença para tratar de assuntos particulares.

III - Conforme Art. 26-A da Lei 11.091/2005, os técnicos administrativos em educação poderão afastar-se de suas funções para prestar colaboração em outra instituição federal de ensino por até 4 anos, mediante aprovação no estágio probatório.

IV - É dever do servidor, entre outros, exercer suas atribuições com rapidez, perfeição e rendimento, dando fim ou procurando prioritariamente resolver situações procrastinatórias, ter urbanidade, disponibilidade e atenção, bem como comunicar imediatamente a seus superiores todo e qualquer ato ou fato contrário ao interesse público.

Está correto o que se afirma em:

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

QUESTÃO 15

Sobre a Administração Pública dos Institutos Federais, assinale a alternativa correta:

- a) Os Institutos Federais são autarquias dotadas de autonomia, patrimônio e receita próprias, estando subordinadas ao Ministério da Educação.
- b) Os atos de improbidade administrativa são constituídos por atos dolosos ou culposos que atentam contra os princípios da administração pública, geram enriquecimento ilícito e causam dano ao erário.
- c) O processo administrativo inicia-se somente pelo requerimento do interessado.
- d) A administração dos Institutos Federais tem como órgãos superiores o Colégio de Dirigentes e o Conselho Superior, tendo este último caráter consultivo e deliberativo e aquele, apenas caráter consultivo.

Conhecimentos Específicos (Questões de 16 a 40)

QUESTÃO 16

"O Design Gráfico, também conhecido como *Design de Comunicação*, é a arte e a prática de projetar e elaborar ideias com conteúdo visual e textual para a transmissão de mensagens, por meio de técnicas e princípios para alcançar o estado máximo da arte."

A seguir estão listados os 8 princípios básicos que norteiam o trabalho nesta área do conhecimento e os conceitos relativos a tais princípios.

RELACIONE a 1ª coluna com a 2ª.

PRINCÍPIO	CONCEITO
1 - Alinhamento	a) Você possui vários elementos e quer dar mais peso à mensagem mais importante de sua criação, hora utilizando um título com fonte maior, hora menor, uso de formas e objetos buscando foco. Possui informações primárias, secundárias, terciárias e por vezes informações auxiliares.
2 - Hierarquia	b) Elementos do design estão opostos um ao outro, ajuda a guiar os olhos do espectador, extrai elementos importantes.
3 - Contraste	c) Ajuda a criar uma aparência nítida e ordenada, possui uma base, garantindo que os elementos tenham uma conexão agradável entre si.
4 - Repetição	d) Cria organização em uma página. Elementos semelhantes ou relacionados são agrupados e conectados visualmente.
5 - Proximidade	e) Une diferentes elementos para ajudá-los a se manterem organizados e mais consistentes, fortalece a aparência geral do projeto e da comunicação através de pontos comuns.
6 - Equilíbrio	f) Partes do projeto que você deixa em branco são importantes, pois trazem respiro e leveza ao design e à mensagem como um todo.
7 - Cores	g) Responsáveis por ditar o humor de um design, são carregadas de significados e trazem sensações/emoções, possui teoria no Campo da Psicologia.
8 - Espaços	h) Traz estabilidade e ajuda a distribuir uniformemente os elementos de design, podendo ser projetado de forma simétrica ou assimétrica.

A relação correta entre **1ª coluna e a 2ª coluna** está indicada em:

- a) 1(c) - 2(a) - 3(b) - 4(e) - 5(d) - 6(h) - 7(g) - 8(f)
- b) 1(d) - 2(f) - 3(b) - 4(a) - 5(e) - 6(c) - 7(h) - 8(g)
- c) 1(h) - 2(d) - 3(a) - 4(b) - 5(e) - 6(f) - 7(c) - 8(g)
- d) 1(b) - 2(c) - 3(d) - 4(a) - 5(h) - 6(g) - 7(g) - 8(f)

QUESTÃO 17

Na Tipografia, os conceitos de *Legibilidade e Leiturabilidade* textual são utilizados no auxílio à decodificação das informações.

Marque a alternativa que indica corretamente as definições destes dois conceitos.

- a) Legibilidade refere-se ao texto como um todo e o ajustamento de entrelinhas nos blocos de texto; já a leiturabilidade é o ajustamento individual do espaço entre duas letras e entre as linhas dispostas no texto.
- b) Legibilidade é o ajustamento individual do espaço entre duas ou mais linhas dentro de um conjunto de texto; já a leiturabilidade é o ajustamento do espaço entrelinhas dentro de um conjunto de texto.
- c) Legibilidade refere-se a como o *kerning* se comporta dentro de um bloco de texto como um todo; já a leiturabilidade é o ajustamento individual do espaço entre duas letras, para compensar o excesso ou a escassez de espaço.
- d) Legibilidade é o ajustamento do aspecto geral de cada letra e a habilidade do leitor em distinguir uma letra das outras; já a leiturabilidade refere-se a como o tipo/palavras se comportam como um todo em um texto, o quanto facilita ler um conjunto/bloco de texto.

QUESTÃO 18

A correta resolução para se trabalhar uma imagem bitmap depende do local de sua reprodução final e posterior visualização. Exemplificando, para ___ a resolução apropriada é de no mínimo ___, onde as imagens destinadas para veiculação na internet são produzidas em ___. Para mídias impressas a resolução correta é sempre ___, onde os processos de impressão precisam ter no mínimo ___. No entanto, impressoras de ___ podem imprimir com qualidade que varia entre ___.

Assinale a alternativa que preenche corretamente as lacunas:

- a) impressos / 300 dpi / baixa resolução / mais alta / 72 dpi / alta definição / 1.200 a 2.400 dpi.
- b) monitores e outras telas / 100 dpi / baixa resolução / mais baixa / 300 dpi / alta definição / 1.200 a 2.400 dpi.
- c) monitores e outras telas / 72 dpi / baixa resolução / mais alta / 300 dpi / alta definição / 1.200 a 2.400 dpi.
- d) impressos / 72 dpi / baixa resolução / mais alta / 200 dpi / alta definição / 300 dpi a 2.400 dpi.

QUESTÃO 19

Nos projetos de Comunicação Visual e Design Gráfico é comum a utilização dos modos de cores RGB e CMYK para composição das peças gráficas, a depender de seu uso e fim, tais como impressos ou mídias eletrônicas. Considere as seguintes afirmações:

- I - Cor Subtrativa é a mistura de todas as cores CMYK para formação de tons e alcança o preto composto.
- II - Cor Aditiva é a mistura do padrão de cor CMYK para a formação do preto.
- III - Cor Subtrativa é a mistura do padrão de cor RGB para a formação do branco.
- IV - Cor Aditiva é a mistura de todas as cores RGB para formação de tons até chegar ao preto.

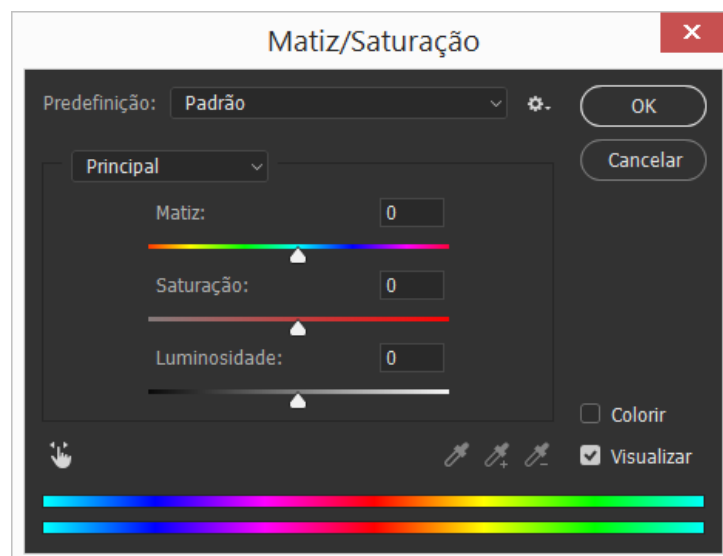
É correto o que se afirma na alternativa:

- a) I.
- b) II.
- c) III.
- d) IV.

QUESTÃO 20

Ao desenvolver um projeto gráfico visual, o designer é capaz de alterar as imagens no momento da criação das mais variadas formas, como ajustes do matiz, da saturação e da luminosidade. Ao alterar esses aspectos o designer pode corrigir ou, até mesmo, melhorar a aparência de imagens, proporcionando uma nova concepção a partir do efeito esperado. Ao utilizar o software Adobe Photoshop, cabe ao designer saber quais resultados esses ajustes provocam ao modificar a predefinição inicial, ao abrir a imagem.

Levando em consideração esse contexto, observe a seguinte imagem:



Indique a afirmação correta sobre o ajuste da imagem:

- a) A saturação ao ser ajustada não provoca mudança na intensidade com que as cores são exibidas.
- b) O matiz é a cor verdadeira de uma imagem ou objeto e uma vez alterado muda a cor de um elemento do design ou da imagem como um todo.
- c) O matiz mantém a saturação em seus níveis originais, mas altera o brilho das imagens.
- d) O brilho de um matiz pode ser alterado pela variação de preto e branco, não se modifica somente com acréscimo de preto mas reduz sua saturação.

QUESTÃO 21

Na estrutura organizacional da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, prevista no Decreto nº 11.362, de 1º de janeiro de 2023, o Departamento de Publicidade está subordinado à Secretaria de Publicidade e Patrocínios. Entre as competências da Secretaria, está a formulação de políticas, linhas de atuação, ações e instrumentos normativos, em articulação com a Subsecretaria de Gestão e Normas, relacionados à publicidade, à promoção e ao patrocínio dos órgãos e das entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM).

Referência: BRASIL. Decreto 11.362, de 1º de janeiro de 2023. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11362.htm>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

O Departamento de Publicidade tem como uma de suas atribuições:

- a) Promover o alinhamento dos esforços de comunicação publicitária.
- b) Definir parâmetros negociais para a compra de espaços e tempos publicitários.
- c) Gerenciar o planejamento e a execução de mídia das ações publicitárias.
- d) Coordenar a avaliação das ações de publicidade da Secretaria de Comunicação.

QUESTÃO 22

Considere as seguintes informações:

I - “Um escritor cede à editora o direito de publicar e comercializar o livro que contém a obra por ele criada, mediante pagamento pelos direitos a ele pertencentes. O criador da obra ou invenção é a pessoa física que a idealizou e/ou participou intelectualmente e efetivamente da sua execução e/ou desenvolvimento e sempre terá os direitos sobre a autoria da criação”

II - “O direito autoral pode ser dividido em direitos morais e patrimoniais. O aspecto patrimonial garante ao autor o direito às vantagens monetárias decorrentes da utilização comercial e da reprodução da obra. Por possuir caráter econômico, esse direito pode ser transferido a terceiros por meio de contratos e licenças. Já o aspecto moral constitui-se no direito inalienável do autor de ter seu nome associado à sua criação, estabelecendo um vínculo entre ambos. Mesmo depois da morte do autor, a autoria de uma obra não pode ser omitida ou imputada a outra pessoa”.

Fonte: SOUZA, Maria Aparecida de; MURAKAWA, Ligia Sueny Gonçalves. Guia Prático I – Introdução à Propriedade Intelectual. SP: Agência USP de Inovação, 2016. p.6;24. Disponível em: <https://www.inovacao.usp.br/wp-content/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA_PI_bom.pdf>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

Considerando que a autoria da criação sempre será atribuída à pessoa física que idealizou a obra, é correto afirmar que:

- a) Os direitos de propriedade intelectual são tutelados apenas nos âmbitos administrativo e civil, e quem os desrespeita pode ser responsabilizado nessas esferas.
- b) O sistema de propriedade intelectual permite que o criador transfira a um terceiro as prerrogativas e os direitos autorais sobre a criação, desde que por meio de contratos.
- c) A Propriedade intelectual se refere, entre outros, àqueles direitos que são inerentes à atividade industrial nos domínios científico, literário e artístico.
- d) O criador poderá ceder os direitos de exploração (direitos patrimoniais) a outra pessoa (jurídica ou física) para que ela possa decidir sobre a negociação e comercialização.

QUESTÃO 23

“Patente é um título temporário de propriedade que tem como objetivo proteger novos produtos, processos ou aperfeiçoamentos que tenham aplicação industrial e apresentem uma solução tecnológica para um problema específico. A proteção por patente pode ter como objeto um produto novo, um novo processo de obtenção de um produto já conhecido ou um objeto que apresente melhoria funcional sobre um já existente. No Brasil, há dois tipos diferentes de patentes: as patentes de invenção e as de modelo de utilidade”.

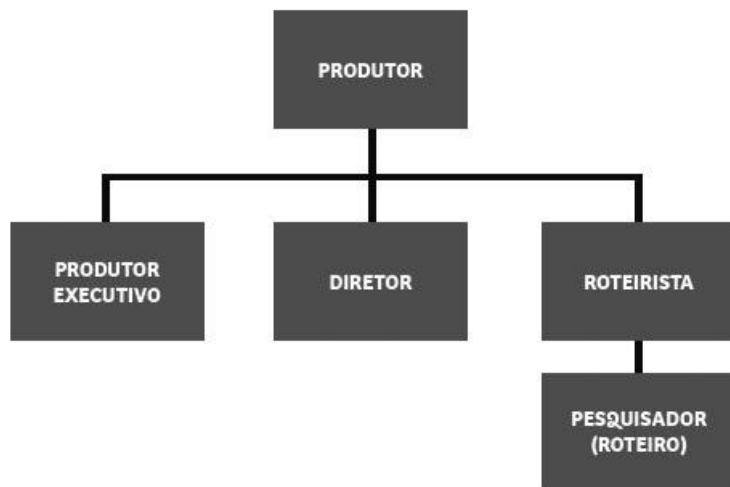
Fonte: SOUZA, Maria Aparecida de; MURAKAWA, Ligia Sueny Gonçalves. Guia Prático I – Introdução à Propriedade Intelectual. SP: Agência USP de Inovação, 2016. p.7. Disponível em: <https://www.inovacao.usp.br/wp-content/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA_PI_bom.pdf>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

A Lei nº 9.279/96 regula os direitos e as obrigações relativos à propriedade industrial e estabelece que, para ser patenteável, uma invenção deve atender a alguns requisitos. Assinale a alternativa que apresenta o requisito que está adequadamente conceituado.

- a) Aplicação industrial: o invento deve ser passível de utilização em algum ramo da indústria, sendo opcional apresentar replicabilidade.
- b) Novidade: o produto ou processo é considerado novo quando se torna acessível ao público antes do depósito do pedido da patente.
- c) Atividade inventiva: a invenção não é óbvia para um técnico no assunto e o produto não pode ser deduzido a partir do estado da técnica.
- d) Período de graça: o prazo, no Brasil, para que o pedido de patente seja depositado é de até um ano após a primeira divulgação da invenção.

QUESTÃO 24

Observe a figura abaixo:



Fonte: NUNES, Lia; MORAES, Marcos. Gestão do Produto Audiovisual. Módulo 1 - Gestão Empresarial. São Paulo: APRO, 2015, p.44. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6e736dd3bf2928ae855a0d6e4a765e5c/\\$File/7668.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6e736dd3bf2928ae855a0d6e4a765e5c/$File/7668.pdf)>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

O organograma representa as funções mais estratégicas que compõem uma equipe audiovisual básica. A seguir, identifique as funções com suas respectivas tarefas, inter-relacionando a primeira com a segunda coluna.

1. Produtor	() É o responsável técnico e artístico pela produção audiovisual e tem a missão de transformar o que está no papel em um produto audiovisual.
2. Produtor Executivo	() É o responsável por buscar informações necessárias, técnicas ou não, para a realização do projeto , e contribui para contextualizar das cenas no tempo e no espaço.
3. Diretor	() É o responsável por mobilizar e administrar recursos humanos, técnicos e materiais para a realização do projeto audiovisual, além de articular equipes.
4. Roteirista	() É o responsável por escrever o argumento do projeto audiovisual, e pode ter influência ou não durante o processo de produção da obra.
5. Pesquisador	() É o responsável por fazer com que determinado projeto idealizado se transforme em um produto audiovisual e promove ações necessárias para que isso aconteça.

Assinale a alternativa que contenha a sequência correta.

- a) 3 - 5 - 2 - 4 - 1
- b) 4 - 3 - 1 - 5 - 2
- c) 2 - 1 - 5 - 3 - 4
- d) 1 - 4 - 3 - 2 - 5

QUESTÃO 25

Os projetos audiovisuais podem ser divididos em etapas de realização que facilitam e organizam a sua execução, tais como desenvolvimento, pré-produção, produção e pós-produção.

Referência: NUNES, Lia; MORAES, Marcos. Gestão do Produto Audiovisual. Módulo 1 - Gestão Empresarial. São Paulo: APRO, 2015. p.67. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6e736dd3bf2928ae855a0d6e4a765e5c/\\$File/7668.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6e736dd3bf2928ae855a0d6e4a765e5c/$File/7668.pdf)>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

Considere, agora, as seguintes afirmações:

I – Na etapa de desenvolvimento, são realizadas atividades que irão estruturar o projeto. Há, por exemplo, definição do diretor do filme e elaboração do objetivo, justificativa e proposta de direção.

II – Na etapa de pré-produção, é feito o planejamento técnico para a realização das filmagens. Entre as atividades realizadas estão: definição da equipe principal, análise técnica, cronograma e storyboards.

III – Na etapa de produção, as filmagens são iniciadas, momento este que requer planejamento. Nessa fase, a teoria vira prática com a execução do que foi definido anteriormente e, por isso, tal fase não está sujeita a variáveis.

IV – Na etapa de pós-produção, a produção audiovisual é finalizada, havendo produção de trilha sonora, montagem e edição, mixagem, geração de créditos, entre outras atividades.

É correto apenas o que se afirma em:

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

QUESTÃO 26

“Numa fotografia, o enquadramento determinado no momento do ‘clíc’ dura para sempre. Um plano fechado será sempre fechado. Um aberto, sempre aberto. Tudo está congelado no tempo. Num enquadramento cinematográfico não é assim. Um dos componentes mais importantes de um filme é o movimento, que pode acontecer dentro do quadro (as pessoas e as coisas se deslocam) ou pelo deslocamento da própria câmera”.

Referência: PRIMEIRO Filme. O livro. Disponível em: <<https://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/movimentos-no-quadro-da-camera-e-da-objetiva/>>. Acesso: 20 set. 2023 (Adaptado).

Considerando as particularidades da imagem em movimento, analise as afirmativas a seguir:

I - Nos movimentos dentro do quadro, a câmera fica parada e são as pessoas e os objetos que mudam de posição. Pode-se tanto entrar ou sair do quadro, quanto aproximar-se ou afastar-se, sendo possível também a combinação dessas possibilidades.

II - Nos movimentos de objetiva, há o uso de lentes do tipo ZOOM, e o ângulo visual pode

ser modificado durante a tomada. O zoom-in se dá quando há o afastamento e o zoom-out quando há a aproximação.

III - Nos movimentos da câmera, é a câmera que se movimenta e pode fazer isso de diversas maneiras. Exemplos desses movimentos são a panorâmica ou PAN, TILT e travelling.

IV - Os movimentos dentro do quadro e os movimentos da câmara podem ser combinados, gerando alterações interessantes de enquadramento. Já o movimento de objetiva é algo à parte e não pode ser combinado aos demais.

Estão corretas apenas as afirmativas:

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

QUESTÃO 27

Observe a afirmação a seguir:

“A primeira noção importante para compreender um filme é a forma como as imagens e os sons estão organizados dentro do todo. Quando os primeiros filmes foram produzidos, tanto os irmãos Lumière, na França, quanto Thomas Edison, nos Estados Unidos, utilizaram a linguagem cinematográfica em seu nível mais simples”.

Referência: PRIMEIRO Filme. O livro. Disponível em: <<https://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/movimentos-no-quadro-da-camera-e-da-objetiva/>>. Acesso: 20 set. 2023 (Adaptado).

Considerando a produção cinematográfica, relacione a primeira coluna com a segunda, a fim de identificar o significado que corresponde a cada termo:

1. Plano	() Conjunto de planos que acontecem no mesmo lugar.
2. Tomada	() Refere-se à passagem entre dois planos.
3. Corte	() Refere-se ao conteúdo que está entre dois cortes.
4. Cena	() Conjunto de planos ou cenas interligados pela narrativa.
5. Sequência	() Refere-se a tudo que a câmera registra desde que é ligada.

A alternativa que identifica a sequência correta obtida na segunda coluna é:

- a) 1 – 2 – 4 – 3 – 5
- b) 4 – 3 – 1 – 5 – 2
- c) 2 – 3 – 5 – 1 – 4
- d) 5 – 4 – 1 – 2 – 3

QUESTÃO 28

“Indicação geográfica é o sinal utilizado para identificar a origem específica de um produto ou serviço cuja qualidade seja reconhecida e associada à região de onde provêm. Tem a finalidade de agregar valor e credibilidade a produtos ou serviços, atestando sua procedência. O órgão responsável por gerir os registros de indicação geográfica é o INPI; e a legislação aplicável é a Lei nº 9.279/96”.

Fonte: SOUZA, Maria Aparecida de; MURAKAWA, Ligia Sueny Gonçalves. Guia Prático I – Introdução à Propriedade Intelectual. SP: Agência USP de Inovação, 2016. p.21. Disponível em: <https://www.inovacao.usp.br/wp-content/uploads/sites/300/2017/10/CARTILHA_PI_bom.pdf>. Acesso: 01 set. 2023 (Adaptado).

Sobre a indicação geográfica, analise as afirmativas a seguir e marque **V** para a afirmativa Verdadeira e **F** para a afirmativa Falsa.

- () A indicação de procedência diz respeito ao nome de uma região que se torna famosa e conhecida por extrair ou produzir determinado produto ou serviço.
- () A denominação de origem indica o nome de uma região cujos produtos ou serviços têm qualidades atribuídas exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores humanos e naturais.
- () A indicação geográfica somente pode ser utilizada pelos comerciantes e produtores estabelecidos na região indicada e que produzem bens ou prestam serviço de maneira homogênea e com a qualidade requisitada.
- () A indicação geográfica não protege somente os fabricantes ou produtores, mas também o consumidor que, por sua vez, tem a segurança de adquirir algo com características e qualidade regionais já esperadas.

A alternativa que identifica a sequência correta é:

- a) V – F – V – V
- b) F – V – V – F
- c) V – F – V – F
- d) V – V – V – V

QUESTÃO 29

Leia a tirinha da personagem Mafalda:



Fonte: Internet*. *Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2020/09/7-tirinhas-de-mafalda-para-refletir-sobre-os-tempos-atuais.html>>. Acesso em: agosto 2023 (Adaptado).

Imagine um profissional da área de publicidade, sentado à frente de um computador na sala da Diretoria de Comunicação do IFSULDEMINAS. A missão dada pela chefia deste profissional é elaborar um planejamento de divulgação, para as Redes Sociais da Instituição, com o objetivo de propagar o Vestibular para o ingresso de novos estudantes nos cursos ofertados pelo IFSULDEMINAS. Como todas as ações humanas são influenciadas por um sistema de crenças e por um repertório cultural previamente internalizado, considere que a motivação e a preocupação do profissional é criar artes visuais que atendam o seguinte critério de impacto:

Atingir uma massa de indivíduos receptores considerada homogênea, ou seja, sem qualquer particularidade social, política, religiosa ou histórica. Todos os indivíduos deste público são pensados como equivalentes e presume-se que recebam as mensagens da mesma forma, aderindo passivamente à mensagem.

Ao decidir a estratégia do “Planejamento de Mídia” seguindo o critério acima, o profissional da área de publicidade estará colocando em prática a “Teoria da Comunicação” denominada:

- a) Teoria Hipodérmica.
- b) Teoria Frankfurtiana.
- c) Teoria Culturológica.
- d) Teoria Sociológica.

QUESTÃO 30

A palavra “publicidade” tem sua origem no latim “*publicus*” e significa tornar público, enfatizar produtos, serviços e empresas visando estimular, por exemplo, a compra de um bem. Pode ser entendida também como um conjunto de técnicas utilizadas para promover o lucro, conquistar, aumentar e fidelizar um cliente.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 37, aponta que “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”. A ação de publicidade visa:

- a) Promover atos, ações, programas, obras, serviços sociais de um governo ou de um partido político, enaltecendo a marca e as decisões de uma gestão pública e política específica.
- b) Tornar públicos os atos e programas de um governo, com o objetivo de promover um gestor e as políticas públicas e sociais implementadas por ele.
- c) Dar publicidade a atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos para a sociedade usufruir de tais ações do serviço público.
- d) Dar visibilidade às iniciativas de um gestor público específico em detrimento dos interesses coletivos.

QUESTÃO 31

Flávio, técnico da área de publicidade do IFSULDEMINAS, foi convidado para definir um Plano de Mídia para uma campanha, cujo objetivo é sensibilizar os servidores da instituição sobre a necessidade de frequentar regularmente o médico para se prevenir e evitar o desenvolvimento de diferentes tipos de câncer. Para atingir a meta da campanha de maneira eficiente e econômica, Flávio decidiu veicular as peças publicitárias elaboradas por ele em 3 tipos de mídia. Assinale a alternativa que indica os tipos de mídia que melhor atendem à divulgação de uma campanha publicitária com essas características:

- a) Busdoor; Email Institucional; Jornal impresso com tiragem regional.
- b) Sistema Interno de TV; Email Institucional; Grupos de Whatsapp de Servidores.
- c) Sistema Interno de TV; Propaganda em Rádios Comerciais; Stories nas Redes Sociais.
- d) Propaganda em emissora de TV regional; Busdoor; Jornal impresso com tiragem local.

QUESTÃO 32

Na obra Planejamento de Comunicação, Lupetti (2000) descreve alguns tipos de campanha, como: institucional, de propaganda, de incentivo, promocional, cooperada, guarda-chuva, governamental, de sustentação, de oportunidade, política.

LUPETTI, M. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000 (Adaptado).

Analise as campanhas seguintes:

1.



2.



3.



4.



As campanhas 1 a 4 podem ser identificadas, respectivamente, como:

- a) 1 institucional, 2 governamental, 3 promoção, 4 propaganda.
- b) 1 propaganda, 2 governamental, 3 promoção, 4 institucional.
- c) 1 institucional, 2 institucional, 3 promoção, 4 propaganda.
- d) 1 cooperada, 2 governamental, 3 promoção, 4 guarda-chuva.

QUESTÃO 33

De acordo com Chaffey et. al. (2009) o marketing digital possui seis vantagens em relação às ações tradicionais, a saber: Rapidez, Personalização, Quantificação, Ubiquidade, Envolvimento do Utilizador e Efeito de rede.

Fonte: CHAFFEY, Dave et al. Internet marketing: strategy, implementation and practice. Pearson education, 2009 (Adaptado).

NÃO se constitui como uma vantagem da comunicação publicitária em mídias digitais em comparação com as mídias tradicionais o(a):

- a) Agilidade de publicação
- b) Personalização da mensagem
- c) Ausência de pesquisar o mercado
- d) Baixo custo de veiculação

QUESTÃO 34

Propriedade Intelectual é o conceito relacionado à proteção legal e ao reconhecimento de autoria de obra de produção intelectual. Segundo a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), o conceito se divide em duas categorias, que são elas:

- a) Propriedade Comercial e Direitos Conexos
- b) Propriedade de Marca e Patente
- c) Propriedade Industrial e Direitos Autorais
- d) Propriedade Individual e Desenho Industrial

QUESTÃO 35

A redação publicitária é um elemento essencial para a boa comunicação de uma campanha. Um bom texto deve ter uma estrutura persuasiva baseada no esquema aristotélico, que possui quatro etapas, sendo: exórdio, narração, provas e peroração.

CARRASCOZA, J. A. A evolução do texto publicitário. São Paulo: Futura, 2005, p. 27 (Adaptado).

Assim temos que:

I - Exórdio é a introdução, aquilo que deve chamar a atenção do leitor, e pode ser representado pelo título e por alguma imagem.

II - A narração é o texto em si, ou seja, tudo o que ilustra o assunto de acordo com o objetivo da campanha.

III - As provas devem ser demonstrativas, devem corroborar com a narração e exemplificar fatos de forma racional.

IV - Peroração é a imagem utilizada como recurso de provas.

Está correto o que se afirma em:

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

QUESTÃO 36

Entender o conteúdo de uma mensagem é fundamental para o trabalho de um profissional da comunicação. Com base nisso, leia atentamente as frases a seguir:

I - Recolher, redigir, registrar por meio de imagens e sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas, expondo os acontecimentos que são notícias institucionais do campus são funções da Assessoria de Comunicação (ASCOM) do IFSULDEMINAS.

II - “O Conteúdo é rei”. Frase cunhada por Bill Gates no artigo “Content is King” publicado em 1996 (TORRES, 2009).

Fonte: TORRES, Claudio. A bíblia do Marketing Digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. Novatec: São Paulo, 2009 (Adaptado).

Com base nas frases I e II e nos seus conhecimentos sobre Marketing, assinale a alternativa que representa de forma **CORRETA** a relação entre elas:

- a) A frase II foi cunhada para justificar as funções defendidas pela frase I.
- b) As atividades expostas na frase I são contrárias ao conceito defendido pela frase II.
- c) As atividades expostas na frase II são decorrentes do conceito defendido pela frase I.
- d) As atividades expostas na frase I são decorrentes do conceito defendido pela frase II.

QUESTÃO 37

O uso de livros digitais e outros materiais eletrônicos é uma estratégia importante dentro do funil do marketing digital. Um técnico da área de publicidade da Diretoria de Comunicação (DICOM) do IFSULDEMINAS teve como responsabilidade a diagramação de um *e-book* com a temática “Saiba como escolher a carreira que melhor combina com você”, que tinha por objetivo atrair a atenção dos internautas para o IFSULDEMINAS.

Fonte: SILVA, André Luiz Barbosa. Customer experience: construindo experiências centradas no cliente. Editora SENAC: São Paulo, 2021 (Adaptado).

Tomando por base a ideia de funil do marketing digital, pode-se dizer que essa ação corresponde a uma estratégia de:

- a) Meio de Funil
- b) Fundo de Funil
- c) Aba de Funil
- d) Topo de Funil

QUESTÃO 38

Para iniciar um planejamento de campanha é preciso buscar informações que ajudem a construir um diagnóstico da situação e traçar um prognóstico, indicando os rumos que a campanha deve seguir, como objetivos, metas, estratégias e táticas. Análises do microambiente, do macroambiente, tendências de mercado, perfil de consumo, concorrentes entre outros são importantes para a tomada de decisão no planejamento de uma campanha. Assim, podemos utilizar diferentes metodologias de análise:

I - Análise SWOT: foi desenvolvida com o objetivo de analisar o portfólio de produtos de uma empresa levando em consideração a taxa de crescimento no mercado e a participação do produto no mercado.

II - Matriz BCG: foi desenvolvida para avaliar a adequação do produto dentro e fora da empresa e as condições de trabalho.

III - Matriz de Porter: foi desenvolvida a partir de uma visão da análise SWOT e considera 5 forças que impactam o relacionamento entre empresa e consumidores e a possibilidade de obter lucros.

Está correto o que se afirma em:

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

QUESTÃO 39

Sobre redes sociais é correto afirmar:

I - E-mail marketing é um recurso pouco utilizado depois da chegada das redes sociais.

II - Uma das vantagens da utilização de redes sociais para divulgar uma empresa é a possibilidade de metrificação.

III - A identidade visual das postagens de uma empresa em redes sociais é menos importante que o conteúdo.

Está correto o que se afirma em:

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

QUESTÃO 40

De acordo com a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações da propriedade industrial, **NÃO** se considera invenção nem modelo de utilidade:

- a) regras de jogo.
- b) novo uso, forma ou disposição de objeto.
- c) concepções concretas e palpáveis.
- d) readequações de teorias científicas.

RASCUNHO PARA O GABARITO

01. A B C D
02. A B C D
03. A B C D
04. A B C D
05. A B C D

**Língua
Portuguesa**

06. A B C D
07. A B C D
08. A B C D
09. A B C D
10. A B C D

**Raciocínio
Lógico-Matemático**

11. A B C D
12. A B C D
13. A B C D
14. A B C D
15. A B C D

Legislação

16. A B C D
17. A B C D
18. A B C D
19. A B C D
20. A B C D
21. A B C D
22. A B C D
23. A B C D
24. A B C D
25. A B C D
26. A B C D
27. A B C D
28. A B C D
29. A B C D
30. A B C D
31. A B C D
32. A B C D
33. A B C D
34. A B C D
35. A B C D
36. A B C D
37. A B C D
38. A B C D
39. A B C D
40. A B C D

Conhecimentos Específicos