



A água de Minas

CONCURSO PÚBLICO

Analista de Saneamento e Agente de Saneamento
Edital nº 015/2014

ANALISTA DE SANEAMENTO COMUNICADOR SOCIAL PR HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA Código: 427

LEIA COM ATENÇÃO AS SEGUINTE INSTRUÇÕES

- 1 - Este caderno contém as questões da **PROVA OBJETIVA**.
- 2 - Ao receber a **Folha de Respostas da PROVA OBJETIVA**:
 - confira seu nome, número de inscrição e o cargo;
 - assine, **A TINTA**, no espaço próprio indicado.

ATENÇÃO: FOLHA DE RESPOSTA SEM ASSINATURA NÃO TEM VALIDADE.

- 3 - Ao transferir as respostas para a **Folha de Respostas**:

01	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

- use apenas caneta esferográfica azul ou preta;
- preencha, sem forçar o papel, toda a área reservada à letra correspondente à resposta solicitada em cada questão;
- assinale somente **uma** alternativa em cada questão. Sua resposta **NÃO** será computada se houver marcação de mais de uma alternativa, questões não assinaladas ou questões rasuradas.

NÃO DEIXE NENHUMA QUESTÃO SEM RESPOSTA.

A **Folha de Resposta da PROVA OBJETIVA** não deve ser dobrada, amassada ou rasurada.

CUIDE BEM DELA. ELA É A SUA PROVA.

Não será permitido ao candidato se ausentar em definitivo da sala de provas antes de decorridas 2(duas) horas do início da prova (subitem 6.2.23). O tempo de duração das provas abrange a distribuição das provas, assinatura da **Folha de Respostas**, a transcrição das respostas do **Caderno de Questões da PROVA OBJETIVA** para a **Folha de Respostas** (subitem 6.2.24). [...] os **três últimos candidatos** deverão permanecer na sala até que o último candidato termine sua prova [...] assinar a Ata da Sala [...].(subitem 6.2.40)

ATENÇÃO - Nos termos do Edital nº 015/2014, "Poderá ainda ser eliminado o candidato que [...]: **portar arma(s)** no local de realização das provas [...]; **portar**, mesmo que desligados [...] **quaisquer equipamentos eletrônicos** [...] ou de **instrumentos de comunicação** interna ou externa, tais como **telefone celular** [...] entre **outros**; deixar de entregar a Folha de Respostas [...]" (subitem 6.2.38, alíneas "d", "e", "i")

GABARITOS E PROVAS – Divulgados no site www.gestaodeconcursos.com.br dia **08/06/2014** a partir das 14h.

DURAÇÃO MÁXIMA DA PROVA: CINCO HORAS

Data: ____/____/____



ATENÇÃO

Sr.(a) Candidato(a).

Antes de começar a fazer a prova, confira se este caderno contém, ao todo, **40 (quarenta) questões objetivas** — cada uma constituída de **4 (quatro) alternativas** — assim distribuídas: **10 (dez) questões de Língua Portuguesa, 06 (seis) questões de Conhecimentos Gerais, 04 (quatro) questões de Noções de Informática e 20 (vinte) questões de Conhecimentos Específicos**, todas perfeitamente legíveis.

Havendo algum problema, informe ***imediatamente*** ao aplicador de provas para que ele tome as providências necessárias.

Caso V.Sa. não observe essa recomendação, ***não lhe caberá qualquer reclamação ou recurso posteriores.***

INSTRUÇÃO: As questões de 1 a 10 devem ser respondidas com base no texto 1 Leia-o atentamente, antes de respondê-las.

TEXTO 1

Fazer o que se gosta

A escolha de uma profissão é o primeiro calvário de todo adolescente. Muitos tios, pais e orientadores vocacionais acabam recomendando "fazer o que se gosta", um conselho confuso e equivocado.

Empresas pagam profissionais para fazer o que a comunidade acha importante ser feito, não aquilo que os funcionários gostariam de fazer, que, normalmente, é jogar futebol, ler um livro ou tomar chope na praia.

Seria um mundo perfeito se as coisas que queremos fazer coincidissem exatamente com o que a sociedade acha importante ser feito. Mas, aí, quem tiraria o lixo, algo necessário, mas que ninguém quer fazer?

Muitos jovens sonham trabalhar no terceiro setor, porque é o que gostariam de fazer. Toda semana recebo jovens que querem trabalhar em minha consultoria num projeto social. "Quero ajudar os outros, não quero participar desse capitalismo selvagem." Nesses casos, peço que deixem comigo os sapatos e as meias e voltem para conversar em uma semana.

É uma arrogância intelectual que se ensina nas universidades brasileiras e um insulto aos sapateiros e aos trabalhadores dizer que eles não ajudam os outros. A maioria das pessoas que ajudam os outros o faz de graça.

As coisas que realmente gosto de fazer, como jogar tênis, velejar e organizar o Prêmio Bem Eficiente, eu faço de graça. O "ócio criativo", o sonho brasileiro de receber um salário para "fazer o que se gosta", somente é alcançado por alguns professores felizardos de filosofia que podem ler o que gostam em tempo integral.

O que seria de nós se ninguém produzisse sapatos e meias, só porque alguns membros da sociedade só querem "fazer o que gostam"? Pediatras e obstetras atendem às 2 da manhã. Médicos e enfermeiras atendem aos sábados e domingos não porque gostam, mas porque isso tem de ser feito.

Empresas, hospitais, entidades beneficentes estão aí para fazer o que é preciso ser feito, aos sábados, domingos e feriados. Eu respeito muito mais os altruístas que fazem aquilo que tem de ser feito do que os egoístas que só querem "fazer o que gostam".

Então teremos de trabalhar em algo que odiamos, condenados a uma vida profissional chata e opressiva? Existe um final feliz. A saída para esse dilema é aprender a gostar do que você faz. E isso é mais fácil do que se pensa. Basta fazer seu trabalho com esmero. Curta o prazer da excelência, o prazer estético da qualidade e da perfeição.

Aliás, isso não é um conselho simplesmente profissional, é um conselho de vida. Se algo vale a pena ser feito na vida, vale a pena ser bem feito. Viva com esse objetivo. Você poderá não ficar rico, mas será feliz. Provavelmente, nada lhe faltará, porque se paga melhor àqueles que fazem o trabalho bem feito do que àqueles que fazem o mínimo necessário.

Se quiser procurar algo, descubra suas habilidades naturais, que permitirão que realize seu trabalho com distinção e o colocarão à frente dos demais. Muitos profissionais odeiam o que fazem porque não se prepararam adequadamente, não

estudaram o suficiente, não sabem fazer aquilo que gostam, e aí odeiam o que fazem mal feito.

Sempre fui um perfeccionista. Fiz muitas coisas chatas na vida, mas sempre fiz questão de fazê-las bem feitas. Sou até criticado por isso, porque demoro demais, vivo brigando com quem é incompetente, reescrevo estes artigos umas quarenta vezes para o desespero de meus editores, sou superexigente comigo e com os outros.

Hoje, percebo que foi esse perfeccionismo que me permitiu sobreviver à chatice da vida, que me fez gostar das coisas chatas que tenho de fazer.

Se você não gosta de seu trabalho, tente fazê-lo bem feito. Seja o melhor em sua área, destaque-se pela precisão. Você será aplaudido, valorizado, procurado, e outras portas se abrirão. Começará a ser criativo, inventando coisa nova, e isso é um raro prazer.

Faça seu trabalho mal feito e você odiará o que faz, odiando a sua empresa, seu patrão, seus colegas, seu país e a si mesmo.

KANITZ, Stephen. Disponível em < http://veja.abril.com.br/241104/ponto_de_vista.htm>. Acesso em: 9 maio 2014. (fragmento adaptado)

Questão 1

O autor desse texto defende que, se alguém supera a dificuldade de gostar de seu trabalho,

- A) será criticado, mas conquistará notoriedade.
- B) executará o seu trabalho de modo mais ameno e prazeroso.
- C) fará o melhor que pode em seu trabalho, redescobrando sua aptidão.
- D) será recompensado, mesmo fazendo o mínimo necessário.

Questão 2

De acordo com o texto, muitos profissionais

- A) estão insatisfeitos com o seu trabalho por serem obsecados com a ideia de que existe um emprego ideal.
- B) exercem, com dedicação, as atividades que lhes são atribuídas em busca da felicidade.
- C) fariam seu trabalho com mais prazer se estivessem mais bem preparados para exercer sua profissão.
- D) optam por exercerem atividades de que não gostam para desenvolverem novas habilidades.

Questão 3

Leia este trecho: “Muitos jovens sonham trabalhar no terceiro setor, porque é o que gostariam de fazer. Toda semana recebo jovens que querem trabalhar em minha consultoria num projeto social. “Quero ajudar os outros, não quero participar desse capitalismo selvagem.” Nesses casos, peço que deixem comigo os sapatos e as meias e voltem para conversar em uma semana.”

Com base nesse trecho, assinale com **V** as afirmativas **verdadeiras** e com **F** as **falsas**.

- () Muitos jovens têm uma visão errada do que seria “ajudar os outros”, no contexto da sociedade atual.
- () Ao utilizar o enunciado em destaque, o autor quer dizer que profissões como sapateiro são pouco importantes no contexto da sociedade atual.
- () Nos dias atuais, muitos jovens têm o ideal de trabalhar de graça para lutar contra o capitalismo.
- () O enunciado em destaque é uma sugestão para que os jovens experimentem, com uma ação concreta, o que afirmam.

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

- A) V F F V.
- B) V F V F.
- C) F V F V.
- D) F V V F.

Questão 4

Leia este trecho

O "ócio criativo", o sonho brasileiro de receber um salário para "fazer o que se gosta", somente é alcançado por alguns professores felizardos de filosofia que podem ler o que gostam em tempo integral.

Nesse trecho, as vírgulas foram empregadas para

- A) separar elementos que exercem a mesma função sintática.
- B) separar elementos com a finalidade de realçá-los.
- C) isolar apostro ou elemento de valor explicativo.
- D) isolar elementos repetidos no período.

Questão 5

Nos trechos a seguir, os verbos sublinhados são transitivos diretos, **EXCETO** em:

- A) Você poderá não ficar rico, mas será feliz. Provavelmente, nada lhe faltará, porque se paga melhor àqueles que fazem o trabalho bem feito do que àqueles que fazem o mínimo necessário.
- B) Eu respeito muito mais os altruístas que fazem aquilo que tem de ser feito do que os egoístas que só querem "fazer o que gostam".
- C) É uma arrogância intelectual que se ensina nas universidades brasileiras e um insulto aos sapateiros e aos trabalhadores dizer que eles não ajudam os outros.
- D) Se algo vale a pena ser feito na vida, vale a pena ser bem feito. Viva com esse objetivo.

Questão 6

Assinale a alternativa em que a substituição da palavra ou expressão destacada pela que está entre parênteses altera o sentido original do enunciado no texto.

- A) A escolha de uma profissão é **o primeiro calvário** de todo adolescente. (a primeira aflição)
- B) É uma arrogância intelectual que se ensina nas universidades brasileiras e um **insulto** aos sapateiros e aos trabalhadores [...]. (agravo)
- C) Eu respeito muito mais os **altruístas** que fazem aquilo que tem de ser feito [...] (perfeccionistas)
- D) Basta fazer seu trabalho com **esmero**. (apuro)

Questão 7

Considerando o emprego da crase, de acordo com a norma padrão da língua portuguesa, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) "Se quiser procurar algo, descubra suas habilidades naturais, que permitirão que realize seu trabalho com distinção e o colocarão à frente dos demais." O uso da crase no termo em destaque é obrigatório.
- B) "Então teremos de trabalhar em algo que odiamos, condenados a uma vida profissional chata e opressiva?". O uso da crase no termo em destaque é opcional.
- C) "Hoje, percebo que foi esse perfeccionismo que me permitiu sobreviver à chatice da vida, que me fez gostar das coisas chatas que tenho de fazer." O uso da crase no termo em destaque é obrigatório.
- D) "A saída para esse dilema é aprender a gostar do que você faz. E isso é mais fácil do que se pensa." O uso da crase no termo em destaque é proibido.

Questão 8

O pronome “isso” retoma a palavra ou a expressão em destaque, **EXCETO** em:

- A) Médicos e enfermeiras **atendem aos sábados e domingos** não porque gostam, mas porque isso tem de ser feito.
- B) A saída para esse dilema é **aprender a gostar do que você faz**. E isso é mais fácil do que se pensa.
- C) **Você será aplaudido, valorizado, procurado**, e outras portas se abrirão. Começará a ser criativo, inventando coisa nova, e isso é um raro prazer.
- D) Fiz muitas coisas chatas na vida, mas **sempre fiz questão de fazê-las bem feitas**. Sou até criticado por isso [...].

Questão 9

Leia este trecho.

Assinale a alternativa em que o termo destacado no enunciado introduz a circunstância identificada nos parênteses.

- A) “Muitos profissionais odeiam o que fazem **porque** não se prepararam adequadamente.” (Consequência)
- B) “[...] quem tiraria o lixo, algo necessário, **mas** que ninguém quer fazer.” (Explicação)
- C) “O que seria de nós **se** ninguém produzisse sapatos e meias, [...].” (Condição)
- D) “Faça seu trabalho mal feito **e** você odiará o que faz.” (Oposição)

Questão 10

São recursos utilizados pelo autor na composição desse texto, **EXCETO**:

- A) Elaboração de perguntas.
- B) Emprego de polifonia.
- C) Inserção de estatísticas.
- D) Introdução de ressalvas.

Conhecimentos Gerais

Questão 11

Ao voltar de sua especialização em bacteriologia no Instituto Pauster em Paris, Oswaldo Cruz tomou várias medidas de controle de doenças.

Entre essas medidas **NÃO** se inclui

- A) a campanha pela vacinação em massa contra a varíola no Rio de Janeiro.
- B) a erradicação da dengue em São Paulo com o uso do *fumacê*.
- C) o combate à febre amarela com a implantação de medidas sanitárias.
- D) o controle da violenta epidemia de peste bubônica no Porto de Santos.

Questão 12

Lima Barreto descreveu da seguinte forma a ocupação dos morros no Rio de Janeiro no início do século XX.

“Há casas, casinhas, casebres, barracões, choças, por toda parte onde possa fincar quatro estacas de pau e uni-las por paredes duvidosas [...]. Há verdadeiros aldeamentos dessas barracas nos morros [...]. Nelas há quase sempre uma bica para todos os habitantes e nenhuma espécie de esgoto.”

Essa ocupação dos morros do Rio de Janeiro foi resultado

- A) da abolição da escravidão.
- B) da proclamação da República.
- C) da reforma Pereira Passos.
- D) do governo Juscelino Kubistchek.

Questão 13

Leia a seguinte afirmação.

Fortalecer o Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos para a adequada gestão de bacias hidrográficas, observando-se as diretrizes contidas no plano estadual de Recursos Hídricos.

Essa meta está contida na seguinte Rede do Programa Minas em Rede:

- A) Desenvolvimento Econômico e Sustentável.
- B) Desenvolvimento Social e Proteção.
- C) Governo Integrado, Eficiente e Eficaz.
- D) Infraestrutura.

Questão 14

O Programa Estruturador Saneamento para Todos, no qual se compõe a COPANOR 2014, visa

- A) atender cidadãos do Norte e Nordeste do estado com serviços de qualidade de abastecimento de água tratada, coleta e tratamento de esgotos sanitários.
- B) elaborar *Master Plans* das áreas de influência do Aeroporto Internacional Tancredo Neves, alças norte e sul do Rodoanel da RMBH.
- C) planejar as ações de intervenção na malha rodoviária sob responsabilidade do estado de Minas Gerais, de modo a mantê-la em boas condições de trafegabilidade.
- D) promover a harmonização da produção agropecuária com a preservação do ambiente e a melhoria e quantidade de água, em especial, no Rio São Francisco.

Questão 15

Em meados de maio, o ministro Teori Zavascki suspendeu os inquéritos da Operação Lava Jato, mandando soltar todos os presos e pediu que tudo fosse enviado ao Supremo Tribunal Federal.

Motivou a decisão do ministro o fato de

- A) a ausência de indícios de corrupção ter sido detectada pela Justiça do Paraná.
- B) a operação ter sido feita de forma indevida pela Polícia Federal.
- C) dois dos investigados terem foro especial por prerrogativa de função.
- D) o ministro ter se recusado a examinar os autos.

Questão 16

O Programa Estruturador Travessia tem, em sua composição, um módulo para a educação de pessoas mais velhas.

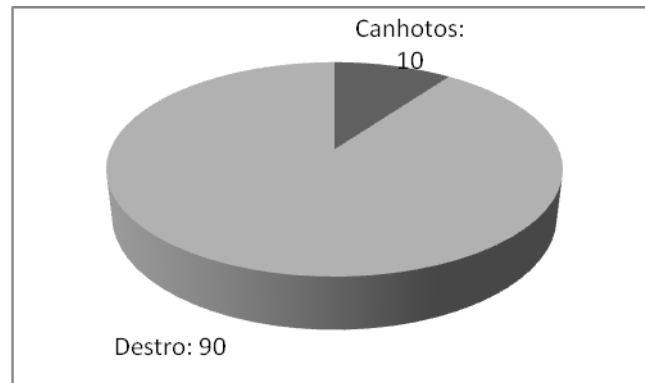
Esse módulo é

- A) o Banco Travessia.
- B) a Educação para Todos.
- C) a Porta a Porta.
- D) a Travessia Educação.

Noções de Informática

Questão 17

Observe o seguinte gráfico gerado pelo MS Excel



Assinale a alternativa que apresenta **CORRETAMENTE** o tipo de gráfico apresentado.

- A) Barra.
- B) Coluna.
- C) Linhas.
- D) Pizza.

INSTRUÇÃO - Observe a seguinte planilha gerada pelo MS Excel para resolver as questões 18 e 19

D	E	F
10	20	30

Questão 18

Assinale a alternativa que apresenta o **CORRETO** resultado da fórmula $=E1+F1/D1$.

- A) 5.
- B) 23.
- C) 30.
- D) 32.

Questão 19

Assinale a alternativa que apresenta o mesmo resultado da fórmula $\boxed{=D1*E1}$.

- A) =MULT(D1:E1)
- B) =D1xE1
- C) =SOMA(D1:E1)
- D) =MMC(D1:E1)

Questão 20

Observe o seguinte texto redigido no MS Word.

Metamorfose significa mudança, é a transformação de um ser em outro.

Assinale a alternativa que apresenta o nome **CORRETO** do estilo usado para grifar a palavra metamorfose.

- A) Itálico.
- B) Negrito.
- C) Sublinhado.
- D) Subscrito.

Conhecimentos Específicos

Questão 21

Em relação ao *briefing*, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) O *briefing* é um processo contínuo e cumulativo que ocorre por meio de todos os estágios do planejamento de propaganda.
- B) O propósito do *briefing* pode ser entendido como uma forma de organizar a passagem da informação correta, na hora, modo e custos certos.
- C) O *briefing* deve ser um diálogo de duas vias, uma troca contínua entre o anunciante e o jornalista.
- D) Para a formulação dos objetivos de propaganda, o *briefing* deve ser feito pela área de *marketing* e encaminhada para a área de propaganda.

Questão 22

No processo para determinar quais serão as influências que queremos exercer sobre quais pessoas, quando e a que custo, as informações mais relevantes devem ser:

- A) Produto ou serviço; mercado; consumidores; objetivos e estratégia básica.
- B) Produto ou serviço; *release*; consumidores; público-alvo e estratégia ampla.
- C) Consumidores; produto ou serviço; estratégia básica; portfólio e objetivos.
- D) Planejamento; objetivos; estratégia ampla, mercado e produto ou serviço.

Questão 23

De acordo com Rafael Sampaio no livro *Propaganda de A a Z* (2013), relacione as principais peças de comunicação apresentadas na **COLUNA I** com suas respectivas definições na **COLUNA II**.

COLUNA I

1. Anúncio.
2. Fonograma.
3. *Hot sites*.
4. Painéis cinéticos.

COLUNA II

- () Pode ser um *spot*, um *jingle* ou uma mistura dessas duas modalidades. É uma peça de comunicação para rádio ou veículo semelhante.
- () Peça de comunicação veiculada em jornais, revistas ou outros meios de comunicação semelhantes.
- () São caracterizados por ter algum tipo de movimento contínuo para chamar maior atenção. Seu custo é alto e a elaboração e operação são complexos.
- () Mensagem colocada por uma ou mais páginas ou por meio de um *banner* com uma mensagem autônoma ou com um *link*.

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

- A) 1 4 2 3.
- B) 2 4 1 2.
- C) 3 2 1 4.
- D) 2 1 4 3.

Questão 24

De acordo com Rafael Sampaio no livro *Propaganda de A a Z* (2013), além da propaganda, as empresas anunciantes têm outras opções para promoverem seus produtos ou quaisquer objetivos de comunicação.

Segundo ele, são consideradas ferramentas de comunicação, **EXCETO**:

- A) Cuponagem.
- B) Merchandising.
- C) Travelling.
- D) Sampling.

Questão 25

Segundo Jorge S. Martins (1997), em seu livro *Redação Publicitária: teoria e prática*, são características do texto publicitário, **EXCETO**:

- A) A linguagem publicitária se fundamenta, sobretudo, no pragmatismo que rege a sua aplicabilidade em relação ao público-alvo, ao objeto do anúncio ou ao tipo de mensagem.
- B) O texto publicitário deve ter uma linguagem mais subjetiva e o uso frequente de artigos, preposições e conjunções.
- C) Deve apresentar apelos lógicos e comparativos baseados nas vantagens que ele apresenta do produto.
- D) O texto deve ter cuidado especial para apresentar o produto de modo atraente, conseguindo opinião favorável do público.

Questão 26

“A linguagem publicitária deve ter qualidades específicas que lhe assegurem a funcionalidade.” (MARTINS, 1997).

Relacione os aspectos estilísticos do texto do anúncio publicitário da **COLUNA I** e suas respectivas definições na **COLUNA II**.

COLUNA I

1. Objetividade.
2. Concisão.
3. Adequação.
4. Originalidade.
5. Correção.

COLUNA II

- () Uso de palavras exóticas, estrangeiras e que saem do comum criam atmosfera de efeito e expectativas.
- () Ressaltar detalhes relevantes, ser monotemático e convergente.
- () Uso de frases sintéticas que contêm o máximo de informação. Eliminar as repetições e redundâncias.
- () Pode-se usar moderadamente a linguagem informal para produção de determinados efeitos.
- () Uso de linguagem ajustada ao público-alvo que produz maior identificação com a mensagem.

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

- A) 2 1 3 5 4.
- B) 4 5 1 2 3.
- C) 3 4 2 1 5.
- D) 4 1 2 5 3.

Questão 27

“A narrativa leva a mensagem de venda, provocando a empatia narrador e leitor. O narrador em primeira pessoa expõe fatos humanos ou experiências que envolvem o leitor que nelas se identifica. (...) Apresenta-se quase sempre como um monólogo.” (MARTINS, 1997).

Segundo o trecho acima, os textos podem ser classificados em diversos tipos. Quanto ao aspecto formal da expressão, o texto citado acima é:

- A) Informativo.
- B) Narrativo.
- C) Testemunhal.
- D) Humorístico.

Questão 28

O uso de linguagem expressiva tem como objetivo insinuar, sugerir, provocar sensações ou despertar relações com características do produto ou serviço.

Alguns desses procedimentos **NÃO** se baseiam na utilização de

- A) paralelismos, como na expressão: “Chega de chove não malha”.
- B) empréstimos, como na expressão: “a felicidade é um estado de Smirnoff”.
- C) jogo de palavras, como antíteses: “exportar é o que importa”.
- D) elisões de termos, como na frase: “Bolo Pullman, bonito por fora, gostoso por dentro”.

Questão 29

“Frase curta, concisa e cristalina essa é a ideia central da mensagem. Significa grito de guerra e foi utilizada pelos pregoeiros ambulantes, nas legendas e nas insígnas”.

Segundo Jorge S. Martins no livro *Redação publicitária: teoria e prática* (1997), a expressão acima se refere a:

- A) Clichê.
- B) Jingle.
- C) Slogan.
- D) Coliteração.

Questão 30

Segundo Jorge S. Martins (1997), observando algumas características dos anúncios, é possível classificá-los. Classifique os itens da **COLUNA I** de acordo com as suas características na **COLUNA II**.

COLUNA I

1. Onirismo.
2. Positividade.
3. Sedução.
4. Hedonismo.
5. Narcisismo.

COLUNA II

- () Os produtos dietéticos, as academias de ginástica, alimentos naturais e saudáveis são argumentos muito utilizados como características desse modelo. Explora a cura de angústias, traumas e medos com frases do tipo: “Descubra a maravilha de...”
- () Exalta a alegria, a moda, os carros, os bons alimentos e as diversões. É o consumo do prazer pela satisfação e solução de todos os problemas, sanando angústias atendendo ao que o público sonha e quer.
- () Os argumentos vão ao encontro das expectativas dos consumidores. O anúncio é apresentado com maquilagem de cores, de belas palavras e de encantadoras músicas. Arrastam os observadores para um mundo do sonho e da alienação.
- () A publicidade cria necessidades do consumo de produtos materiais, mas cria também necessidades psicológicas de autoafirmação, de economia, de *status* e de poder gastar. O indivíduo quer sentir-se diferente frente à massificação consumista.
- () Para a propaganda, todos são iguais, mas cada um é individualizado no discurso dela. Enfatiza que o consumo do prazer é um direito legítimo de realização humana. Esse modelo adquire valor essencial para o homem pós-moderno.

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

- A) 5 3 4 1 2.
- B) 2 1 5 4 3.
- C) 5 2 3 1 4.
- D) 4 3 1 5 2.

Questão 31

As mensagens dos anúncios publicitários são passíveis de diversos tipos de leituras semióticas.

Assim, as informações obtidas podem ser classificadas como, **EXCETO**:

- A) Referenciais.
- B) Essenciais.
- C) Culturais.
- D) Plenas.

Questão 32

Nesse tipo de discurso, o personagem fala por sua própria voz. O intuito é proporcionar ao leitor “a ilusão de estar ouvindo o outro, ou seja, suas verdadeiras palavras”.

Segundo João Anzanello Carrascoza (2004), esse tipo de discurso é chamado de

- A) direto.
- B) crítico.
- C) indireto.
- D) indireto livre.

Questão 33

Segundo Carrascoza (2004), o texto publicitário tem sua trama de significados tecida fundamentalmente por duas grandes linhas de persuasão: a apolínea e a dionisíaca.

São características específicas do texto dionisíaco, **EXCETO**:

- A) Argumentos de superação.
- B) Melopéia e fanopéia.
- C) Discurso direto e indireto.
- D) Narração em primeira pessoa e terceira pessoa onisciente.

Questão 34

Segundo Jorge S. Martins (1997), são características da evolução da linguagem publicitária brasileira, **EXCETO**:

- A) Os tapumes das construções serviam para exibir letreiros e cartazes e foram considerados os precursores do que conhecemos hoje como *outdoors*.
- B) Os primeiros anúncios ilustrados com desenhos e litogravura surgiram em 1857 nos jornais O Grito e Mequetrefe.
- C) No final do século XIX, alguns jornais já traziam páginas inteiras com publicidade. Assim como é hoje.
- D) A primeira agência brasileira de propaganda foi fundada em 1891 com o nome de Empresa de Publicidade e Comércio.

Questão 35

O anúncio é uma mensagem que tem como objetivo exercer uma ação psicológica sobre receptores para, assim, gerar uma mudança no comportamento em relação ao objeto oferecido. (MARTINS, 1997).

Então, a eficiência de qualquer anúncio depende do ajustamento de sua composição aos seguintes fatores, **EXCETO**:

- A) Aos veículos de comunicação.
- B) Ao mercado receptor.
- C) A cultura.
- D) Ao produto.

Questão 36

Website temporário e bastante enxuto para lançamento de um produto, uma promoção ou uma informação urgente na Internet é chamado, segundo Sampaio (2013) de

- A) *briefing*.
- B) *hotsite*.
- C) *podcast*.
- D) intranet.

Questão 37

Analise as seguintes afirmativas sobre os títulos no texto publicitário e assinale com **V** as **verdadeiras** e com **F** as **falsas**.

- () Tem importância incontestável e corresponde, para alguns autores, a 80% da eficiência do anúncio.
- () O título no anúncio tem, entre outras funções, causar impacto emocional no leitor por apelos afetivos para comover.
- () O título publicitário deve ter duas qualidades fundamentais: prolixidade e positividade.
- () Personalizar a mensagem, tratando o leitor como indivíduo e não massificando-o.

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

- A) F V F F.
- B) F V F V.
- C) V F F V.
- D) V V F V.

Questão 38

Sobre o *layout* simétrico e assimétrico, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) Um *layout* é classificado como simétrico quando seus pesos visuais se equivalem em valores.
- B) Na mídia impressa, a simetria pode assumir a forma da repetição de um mesmo objeto.
- C) O *designer* usa o centro geométrico para construir um *layout* simétrico.
- D) Os *layouts* simétricos devem ser veiculados em páginas determinadas.

Questão 39

“*Mensagem publicitária (mídia impressa, rádio e televisão) sem as características habituais de um anúncio ou comercial, geralmente imitando o estilo editorial do veículo em que está sendo veiculada.*” (SAMPAIO, 2013)

O trecho acima se refere a

- A) *story board*.
- B) *press-kit*.
- C) informe publicitário.
- D) mídia de apoio.

Questão 40

Relacione os principais veículos de comunicação, segundo Rafael Sampaio (2013), apresentados na **COLUNA I** com as respectivas características na **COLUNA II**.

COLUNA I

1. Televisão.
2. Rádio.
3. Jornal.
4. Revista.

COLUNA II

- () É o meio que mais atinge a população brasileira, estando presente em 90,2% dos lares do país. Sua participação no bolo de investimentos publicitários é de cerca de 4%. O custo de veiculação tem baixo custo absoluto.
- () É responsável por 8% do bolo das verbas publicitárias aplicadas em mídia. Tem como principal característica a extrema seletividade do público consumidor. Esse veículo de mídia chega a 92% entre a Classe A e 76% na Classe B.
- () É a segunda mídia mais utilizada pela propaganda o que representa 21% dos investimentos totais. Apresenta excelente mídia de caráter local e regional e bom impacto entre as classes mais elevadas.
- () Recebe 62% do total dos investimentos feitos em veiculação no país. É a mais eficiente mídia de caráter nacional. É o meio de maior carisma. Tem grande capacidade de cobertura a curto prazo. É mais voltada para entretenimento e lazer.

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

- A) 2 4 3 1.
- B) 3 4 2 1.
- C) 4 1 2 3.
- D) 1 3 4 2.

REDAÇÃO

INSTRUÇÕES GERAIS

1. Nos termos do subitem 6.2.34 do Edital, as instruções constantes no Caderno de Questões da Prova Objetiva, na Folha de Resposta e no Caderno de Redação, bem como as orientações e instruções expedidas pela Fundep durante a realização das provas, complementam este Edital e deverão ser rigorosamente observadas e seguidas pelo candidato.
2. A **Redação** a ser elaborada deve conter, **no mínimo, 25 (vinte e cinco)** e, **no máximo, 30 (trinta) linhas** e deve ser escrita com caneta esferográfica de **tinta azul ou preta, no Caderno de Redação**.
3. A variante linguística a ser utilizada na elaboração da **redação** é o **padrão culto formal**.
4. Tendo em vista que o prazo para implementação do Novo Acordo Ortográfico foi estendido para 2016, os critérios de correção de provas abertas (questões discursivas e redação) não incluem como objeto de desconto por erro os aspectos da língua portuguesa afetados pelas alterações introduzidas no Novo Acordo. Enquanto a mudança não entrar em vigor, o candidato pode responder dentro da nova ou da antiga ortografia, podendo, inclusive, grafar uma palavra de duas formas diferentes na mesma prova.
5. A versão definitiva de resposta ou a sua transcrição, caso tenha sido feita em rascunho, deverá ser registrada no Caderno de Redação que contém o campo de identificação. Em nenhuma hipótese, o rascunho será considerado na correção da prova.
6. Nos termos do subitem 6.2.7.4, a Redação terá o valor de 12 (doze) **pontos**, sendo eliminados os candidatos a que for atribuída nota zero.
7. Os critérios de correção da Prova de Redação serão os seguintes:

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROVA DE REDAÇÃO		
ASPECTOS AVALIADOS	TOTAL DE PONTOS	DESCONTO POR ERRO
Pontuação e ortografia (PO)	3,0 pontos	0,3
Morfossintaxe (emprego dos pronomes, concordância verbal e nominal, oração e período, vozes do verbo) (M)	3,0 pontos	0,3
Coesão e Coerência (CC)	3,0 pontos	0,5
Compreensão/conhecimento do conteúdo proposto e propriedade da resposta à temática (CP)	3,0 pontos	0,5
TOTAL	12 pontos	

Não será corrigida — e, conseqüentemente, a ela se atribuirá a nota **0 (zero)** — a **Redação** escrita: sem observância do **tema proposto**, bem como das **instruções dadas**;

- **fora do espaço próprio**;
- **a lápis**;
- **com letra ilegível**.

8. Nos termos do subitem 6.2.7.9 do Edital, não serão fornecidas folhas adicionais para complementação da redação, devendo o candidato limitar-se a uma única folha padrão recebida.
9. Nos termos do subitem 6.2.35 do Edital, findo o horário limite para a realização das provas, o candidato deverá entregar ao aplicador de sala a Folha de Resposta da Prova Objetiva e o Caderno de Redação, devidamente preenchidos e assinados.
10. Nos termos do subitem 6.2.42 do Edital, não haverá substituição da Folha de Respostas da Prova Objetiva ou da Prova de Redação **por erro do candidato**.

REDAÇÃO

Leia o seguinte trecho:

“Calçadas ‘varridas’ com água de mangueira, hidrantes que não param de pingar, torneiras estragadas ou mal fechadas em casas e lojas, toldos lavados com exagero, canos arreventados em praças e avenidas e ainda os populares “gatos” (furtos). São muitas as causas de desperdício em Belo Horizonte e no interior. Mesmo diante da longa estiagem e conseqüente redução nos reservatórios, com risco de desabastecimento, a capital segue desperdiçando à vontade, menos quem já percebeu o tamanho da escassez e faz racionamento por conta própria. Enquanto isso, outras cidades mineiras adotam medidas para garantir o abastecimento.”

Disponível em: < http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/03/15/interna_gerais,508128/risco-de-desabastecimento-e-acionamento-de-agua-nao-evita-desperdicio-em-bh.shtml > Acesso em 02 de mai 2014.

Com base nas informações apresentadas, elabore um texto **DISSERTATIVO-ARGUMENTATIVO** sobre o tema: **Risco de desabastecimento e racionamento de água não evita desperdício em BH.**

RASCUNHO

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	
26	
27	
28	
29	
30	

FOLHA DE RESPOSTAS (RASCUNHO)

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

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

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

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

AO TRANSFERIR ESSAS MARCAÇÕES PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, OBSERVE AS INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS DADAS NA CAPA DA PROVA.

USE CANETA ESFEROGRÁFICA AZUL OU PRETA.

**ATENÇÃO:
AGUARDE AUTORIZAÇÃO
PARA VIRAR O CADERNO DE PROVA.**