

- Nas questões da prova objetiva a seguir, marque, para cada uma, a única opção correta, de acordo com o respectivo comando. Para as devidas marcações, use a **Folha de Respostas**, único documento válido para a correção das suas respostas.
- Caso haja questões que avaliem **conhecimentos de informática** e(ou) **tecnologia da informação**, a menos que seja explicitamente informado o contrário, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão e que não há restrições de proteção, de funcionamento e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios, recursos e equipamentos mencionados.
- Eventuais espaços livres — identificados ou não pela expressão “Espaço livre” — que constarem deste caderno de provas poderão ser utilizados para rascunho.

-- PROVA DE CONHECIMENTOS --

-- PARTE I – PROVA OBJETIVA --

LÍNGUA PORTUGUESA

Texto 1A8

Já se foi o tempo em que acordar tarde e tomar um café da manhã reforçado na cobertura de um *duplex* era símbolo de *status* e ascensão social. Hoje em dia, emergente de verdade toma é um *brunch* no *roof top* de seu *residence club*.

A classe média, quando chega ao paraíso, adora *gourmetizar* o idioma, recheando o bom e velho português tupiniquim com um punhado de expressões de outras línguas para dar um ar de sofisticação e requinte a boa parte daquilo que diz, faz e pensa. Alguns exemplos são *crush*, *delivery*, *fashion*, *haters*, *job*, *like*, e por aí vai.

O discurso empresarial e corporativo também está repleto desses enunciados carregados de expressões tomadas de empréstimo a outras línguas. Nesse quesito, o inglês é o campeão de audiência nas interações verbais de uma parte considerável das profissões urbanas. Palavras e expressões como *briefing*, *workshop*, *call*, *mindset* e *deadline* já se tornaram corriqueiras no vocabulário de muitos profissionais brazucas.

Não que isso seja um problema ou uma ameaça à integridade do português brasileiro. Nosso país, desde a sua origem, sempre teve um caráter plurilinguístico. O fundo lexical do nosso português está repleto de vocábulos e expressões vindos de uma porção de idiomas que, ao longo do tempo, foram incorporados ao falar brasileiro.

A questão a ser abordada não é o quanto o uso de estrangeirismo pode ser nocivo à língua, mas até que ponto a hegemonia político-social de determinado grupo de falantes pode exercer um domínio ideológico e cultural sobre as dinâmicas linguísticas praticadas por boa parte de nossa população. A censura linguística de comunidades subalternizadas pode ser muito mais nociva à língua do que o uso de palavras e(ou) expressões de origem estrangeira.

Nesse contexto, a negação dos acréscimos linguísticos vindos de grupos étnicos e sociais diversos não se justifica, porque propõe o apagamento intencional e deliberado de nossas raízes históricas, linguísticas e culturais.

A presença de estrangeirismos nas vitrines das lojas e nos hábitos linguísticos de determinada comunidade de falantes, embora provoque reações afetivas e passionais tão variadas quanto contraditórias, é perfeitamente compreensível, porque as línguas são espaços de comunicação nos quais os processos de interlocução não se esgotam no simples ato de dizer.

Questão 1

Entende-se da leitura do texto 1A8 que a principal preocupação do autor em relação ao uso de estrangeirismos no Brasil diz respeito

- A à submissão dos brasileiros ao modo de agir e pensar dos estrangeiros, sobretudo os estadunidenses.
- B ao risco de perda da pureza e da identidade original da língua portuguesa.
- C às falhas de comunicação decorrentes do desconhecimento do significado de determinadas expressões estrangeiras.
- D ao nível de dominação de grupos sociais hegemônicos sobre as demais parcelas da população.

Questão 2

No último parágrafo do texto 1A8, o autor qualifica como “perfeitamente compreensível”

- A o fato de as reações aos estrangeirismos serem, ao mesmo tempo, variadas e contraditórias.
- B os hábitos linguísticos de determinados grupos de falantes.
- C a presença de estrangeirismos em vitrines de lojas.
- D o fato de estrangeirismos provocarem reações afetivas e passionais.

Questão 3

Cada uma das opções a seguir apresenta uma proposta de reescrita em que se unem o primeiro e o segundo períodos do quarto parágrafo do texto 1A8. Assinale a opção em que a proposta apresentada mantém a correção gramatical, a coerência e os sentidos do texto.

- A Não que isso seja um problema ou uma ameaça à integridade do português brasileiro, tendo em vista que, nosso país, desde a sua origem, sempre teve um caráter plurilinguístico.
- B Não que isso seja um problema ou uma ameaça à integridade do português brasileiro, no entanto nosso país, desde sua origem, sempre teve um caráter plurilinguístico.
- C Não que isso seja um problema ou uma ameaça à integridade do português brasileiro, pois nosso país, desde a sua origem, sempre teve um caráter plurilinguístico.
- D Não que isso seja um problema ou uma ameaça à integridade do português brasileiro, enquanto nosso país, desde a sua origem, sempre teve um caráter plurilinguístico.

Questão 4

No último período do quinto parágrafo do texto 1A8, é estabelecida uma relação de

- A proporcionalidade.
- B comparação.
- C contraste.
- D causa e consequência.

Questão 5

No último período do terceiro parágrafo do texto 1A8, o vocábulo “corriqueiras” é empregado com o mesmo sentido de

- A hodiernas.
- B esporádicas.
- C prescindíveis.
- D triviais.

Texto 1A9

Em uma sociedade em que a imagem pública e a privada constituem fatores preponderantes de prestígio, credibilidade e liderança, esses elementos estão, cada vez mais, permeando nossas vidas, nossas formas de agir e de decidir, que estão sob a vigilância de olhares sociais atentos e fiscalizadores. Os ritos e as cerimônias são elementos estratégicos a serviço da construção e da consolidação das imagens das organizações, que se apoiam na credibilidade e na aceitação social das ações e realizações desenvolvidas.

O rito consiste em um conjunto de atos formalizados, expressivos e portadores de uma dimensão simbólica. É caracterizado por uma configuração espaço-temporal específica, por sistemas de linguagem e comportamentos específicos e por signos emblemáticos cujo sentido codificado constitui um dos bens comuns do grupo. O uso do rito é paralelo ao aparecimento da humanidade.

Em todas as sociedades, os grupos sociais participam de acontecimentos ou eventos especiais e únicos. Porém, para cada um desses grupos, os eventos têm um significado diferente. No Brasil, por exemplo, a Copa do Mundo e uma formatura são eventos com rituais reconhecidos por diferentes classes sociais e culturais. Um rito bem executado é mais que uma mera apresentação teatral. Usa elementos e símbolos e evoca a cultura e as crenças dos povos envolvidos.

Os ritos podem ser vistos como algo que não se resume a repetições das coisas reais e concretas do mundo rotineiro. Como coisa real e concreta, consistem no que pode ser materializado e simbolizado. Exemplo disso é a troca de presentes entre personalidades de diferentes culturas ou o aperto de mão entre duas pessoas que se saúdam. Este protocolo é uma forma de comunicação na qual os participantes do processo denotam uma mensagem diplomática. Remete, ainda, ao protocolo elementar significativo de boas relações entre povos, governos ou grupos.

Internet: <uel.br> (com adaptações).

Questão 6

De acordo com as ideias do texto 1A9, os ritos

- A são a base das imagens das organizações.
- B são tão antigos quanto a humanidade.
- C são os fatores que mais interferem na consolidação do prestígio das organizações.
- D não repetem as coisas reais e concretas do mundo rotineiro.

Questão 7

A expressão “em que” (primeiro período do primeiro parágrafo) poderia ser substituída, mantendo-se a correção e o sentido do texto 1A9, por

- A que.
- B na qual.
- C cuja.
- D pela qual.

Questão 8

Assinale a opção em que é corretamente apresentado o significado da palavra “preponderantes” (primeiro período do primeiro parágrafo).

- A relevantes
- B mais conhecidos
- C indispensáveis
- D de maior importância

Questão 9

Assinale a opção em que é apresentada proposta de reescrita gramaticalmente correta e coerente para o último período do terceiro parágrafo do texto 1A9.

- A A partir dele, é usado elementos e símbolos e é evocado a cultura e as crenças dos povos envolvidos.
- B Nele se usa elementos e símbolos e evocam a cultura e as crenças dos povos envolvidos.
- C Nele, usam-se elementos e símbolos e evocam-se a cultura e as crenças dos povos envolvidos.
- D Dele se usa elementos e símbolos e se evocam a cultura e as crenças dos povos envolvidos.

Questão 10

No que se refere ao emprego do sinal indicativo de crase, a correção gramatical e a coerência do texto 1A9 seriam mantidas caso se substituisse

- A “ao aparecimento” (último período do segundo parágrafo) por **à aparição**.
- B “a repetições” (primeiro período do último parágrafo) por **à repetições**.
- C “sob a vigilância” (primeiro período do primeiro parágrafo) por **ante à vigília**.
- D “a serviço” (segundo período do primeiro parágrafo) por **à serviço**.

CONHECIMENTOS DO SEBRAE**Questão 11**

Em relação à história do SEBRAE, assinale a opção correta.

- A Atualmente, o SEBRAE alcançou a posição de órgão público autônomo, sem fins lucrativos, mantido por repasses de grandes empresas, o que possibilitou a ampliação de sua estrutura de atendimento para todos os estados do país.
- B Nos governos Sarney e Collor (1985-1990), o SEBRAE, então denominado Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (CEBRAE), passou a ser vinculado ao Ministério da Indústria e Comércio, período em que enfrentou crises por instabilidade orçamentária.
- C A história do SEBRAE inicia-se com a sua criação institucional em 1972, por iniciativa do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e do Ministério do Planejamento.
- D A atuação política do SEBRAE surge a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988, que inseriu em seu texto o dever de o Estado promover a criação e o desenvolvimento das microempresas e pequenas empresas.

Questão 12

Integra(m) o público-alvo do SEBRAE

- A a pessoa física que ainda não possua um negócio, desde que esteja efetivamente envolvida na sua estruturação.
- B a microempresa e a empresa de pequeno porte, excluindo-se, por consequência, as empresas de médio e grande porte.
- C a pessoa física com negócio próprio, desde que possua registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).
- D o microempreendedor individual, o produtor rural e o artesão.

Questão 13

No que concerne aos produtos e serviços oferecidos pelo SEBRAE, assinale a opção correta.

- Ⓐ O aplicativo Up Digital SEBRAE é uma plataforma voltada à criação de planos de negócios completos, totalmente digital, podendo ser acessada de qualquer lugar e em qualquer horário.
- Ⓑ O programa Respostas e Dossiês Técnicos gera documentos a partir de buscas e análise de informações, para capacitação e inovação tecnológica.
- Ⓒ O Emissor de NF-e, programa versão *web* para emissão de nota fiscal eletrônica, é disponibilizado pelo SEBRAE ao seu público mediante o pagamento de uma taxa módica de utilização.
- Ⓓ O PNBOX SEBRAE é um programa de aceleração digital, que busca potencializar os negócios, a partir da organização das finanças e da melhoria dos canais digitais para a conquista de novos clientes.

Questão 14

À luz da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n.º 13.709/2018), assinale a opção correta.

- Ⓐ É vedado o tratamento de dados pessoais como condição para o fornecimento de produto ou de serviço ou para o exercício de direito.
- Ⓑ O tratamento de dados pessoais não poderá ocorrer à revelia do consentimento do titular dos dados.
- Ⓒ As atividades de tratamento de dados pessoais devem observar o princípio da finalidade, segundo o qual há a necessidade de o tratamento ser compatível com a finalidade informada ao titular.
- Ⓓ O SEBRAE e as microempresas e empresas de pequeno porte que com ele se relacionam não são titulares de dados pessoais sensíveis.

Questão 15

Suponha que determinada microempresa esteja promovendo algumas mudanças e, nesse ínterim, tenha adotado (i) práticas de controle dos seus processos; (ii) práticas de valorização da saúde e segurança no ambiente de trabalho; (iii) práticas para promover a transparência na política de remuneração dos seus diretores; e (iv) práticas para promover redução na emissão de poluentes. Considerando essa situação hipotética e as práticas de ESG (*environmental, social and governance*) utilizadas pelo SEBRAE, assinale a opção correta acerca das ações promovidas pela referida microempresa.

- Ⓐ A ação (i) é de caráter ambiental, a ação (ii) é relativa à governança, e as ações (iii) e (iv) são de caráter social.
- Ⓑ As ações (i) e (iii) são relativas à governança, a ação (ii) é de caráter social, e a ação (iv), de caráter ambiental.
- Ⓒ As ações (i) e (ii) são relativas à governança, a ação (iii) é de caráter social, e a ação (iv), de caráter ambiental.
- Ⓓ As ações (i) e (iii) são de caráter social, a ação (ii) é relativa à governança, e a ação (iv) é de caráter ambiental.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**Questão 16**

O ajuste geral do espaço entre todos os caracteres de um bloco de texto é denominado

- Ⓐ *tracking*.
- Ⓑ *baseline*.
- Ⓒ *kerning*.
- Ⓓ entrelinha.

Questão 17

Considerando exclusivamente as opções a seguir, assinale a opção que apresenta a característica que deve receber maior atenção quando da construção de projetos com o uso da ferramenta Adobe Premiere.

- Ⓐ animação de títulos
- Ⓑ fluxo da narrativa
- Ⓒ legendagem e arquitetura da informação
- Ⓓ estrutura de desenho vetorial

Questão 18

O *software* Adobe Illustrator é a ferramenta mais indicada para a

- Ⓐ composição de projetos com grande volume de conteúdo textual.
- Ⓑ manipulação de imagens digitais.
- Ⓒ edição de livros e catálogos.
- Ⓓ elaboração de sistemas de identidade visual.

Questão 19

Para ser considerada abrangente, uma estratégia de comunicação visual necessita de

- Ⓐ previsão de projetos em diferentes suportes, artefatos e materialidades.
- Ⓑ réguas de conteúdo para os projetos de comunicação.
- Ⓒ inteligência artificial e desenvolvimento de *templates*.
- Ⓓ monitoramento e avaliação de resultados.

Questão 20

A marca de uma empresa, produto ou serviço é formada principalmente por

- Ⓐ logomarca, paleta de cores e interface digital.
- Ⓑ ilustração, fluxo de informação e infográfico.
- Ⓒ logotipo ou arranjo entre símbolo e logotipo.
- Ⓓ símbolo abstrato e ideograma.

Questão 21

Na elaboração de projetos em *design* por meio de inteligência artificial, as principais orientações que devem constar dos *prompts* são

- Ⓐ o pensamento conceitual e os impactos esperados.
- Ⓑ a tipologia de imagens digitais e a paleta de cores.
- Ⓒ as mídias sociais e a mixagem de áudio.
- Ⓓ a composição tipográfica e a animação de caracteres.

Questão 22

Em projeto de desenvolvimento de interfaces, o *design* responsivo é realizado com o objetivo de adaptar a interface para

- Ⓐ a coleta de *feedback* dos usuários.
- Ⓑ diferentes suportes, como *desktop*, *tablet* e *smartphone*.
- Ⓒ a realização de testes de modelos interativos.
- Ⓓ o desenvolvimento de estratégias de *marketing* digital.

Questão 23

As variantes tipográficas que auxiliam a compor hierarquias de informação são

- Ⓐ as minúsculas, as maiúsculas e os *ampersands*.
- Ⓑ os recuos, o espaçamento e a hifenização.
- Ⓒ os tipos grotescos, geométricos e humanísticos.
- Ⓓ a caixa, o corpo, o peso e a inclinação.

Questão 24

O sistema de impressão mais indicado para a impressão em superfícies irregulares é a

- A tampografia.
- B xilogravura.
- C serigrafia.
- D rotogravura.

Questão 25

O *briefing* é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de projetos de comunicação. Assinale a opção que apresenta elemento(s) essencial(is) para que o *briefing* seja realizado com qualidade.

- A inserção de réguas de conteúdo
- B atitude de escuta interpretativa e filtragem conceitual
- C proposta de estratégia de *marketing* digital
- D transcrição precisa da solicitação do cliente

Questão 26

A teoria da Gestalt fornece suporte a diversas técnicas e procedimentos de *layout* em *design* gráfico. São elementos constitutivos importantes dessa teoria

- A a proximidade, a semelhança e o fechamento.
- B a simplicidade, a metodologia e a hierarquia.
- C a figura-fundo, a repetição e os infográficos.
- D a continuidade, a estatística e o contraste.

Questão 27

Um projeto de infográfico consistente deve necessariamente apresentar

- A composição de ícones em desenho figurativo.
- B dados estatísticos em gráficos do tipo *pizza*.
- C concisão, clareza e composição de hierarquia de informações.
- D objetividade, tipografia e paleta de cores saturadas.

Questão 28

As serifas são características importantes em determinadas famílias tipográficas e são definidas pela presença de

- A arremate decorativo.
- B elemento neogrotesco.
- C fonte *didone*.
- D tipo geométrico.

Questão 29

Os sistemas de comunicação digital e suas tecnologias se diferenciam dos sistemas analógicos principalmente

- A pela forma como a informação é transmitida.
- B pelas ondas eletromagnéticas utilizadas.
- C pelas imagens com melhor definição.
- D por serem sistemas tradicionais.

Questão 30

No *marketing* digital, surgem novos e específicos termos que são utilizados pelos profissionais das redes de negócios. Nesse contexto, assinale a opção que apresenta o termo relativo à rede de comunicação que utiliza ondas de radiofrequência ou na faixa do infravermelho para a transmissão da informação.

- A *tag*
- B *wireless*
- C GPS
- D RFID

Questão 31

O *marketing* digital

- I usa meios digitais de comunicação, como aplicativos *mobile* e redes sociais.
- II é melhor que o *marketing* tradicional.
- III é um tipo de *marketing* mais conectado, intangível e que frequentemente depende de conexão com a Internet.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item II está certo.
- C Apenas os itens I e III estão certos.
- D Apenas os itens II e III estão certos.

Questão 32

O *marketing* digital fornece alguns benefícios para todas as empresas, grandes e pequenas, independentemente de seu segmento. Entre essas vantagens está

- I o maior alcance.
- II a agilidade.
- III a acessibilidade.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas os itens I e II estão certos.
- C Apenas os itens II e III estão certos.
- D Todos os itens estão certos.

Questão 33

O *marketing* de conteúdo utilizado nos ambientes digitais é uma ferramenta com o propósito de gerar conteúdo de valor. Essa estratégia objetiva

- I atrair consumidores e promover o engajamento.
- II tornar o público e a sua rede efetivos clientes.
- III diminuir os *leads*.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item III está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens II e III estão certos.

Questão 34

Para que o seu desempenho seja o mais assertivo possível, uma campanha de *marketing* de conteúdo deve envolver

- A produção e distribuição de conteúdo.
- B ampliação do conteúdo.
- C as redes sociais.
- D conteúdo veiculado.

Questão 35

Assinale a opção que apresenta uma das ferramentas mais lembradas em uma estratégia de *marketing* digital, por ser um importante canal de relacionamento e interatividade entre marca e cliente, além de permitir rastrear e mensurar com exatidão quantas pessoas leram a campanha, quantas clicaram, em que áreas clicaram, e se houve ou não a realização do negócio ofertado.

- A YouTube
- B *storytelling*
- C LinkedIn
- D *e-mail marketing*

Questão 36

Assinale a opção em que são apresentados três pilares da arquitetura da informação.

- A contexto, conteúdo e usuários
- B organização, navegação e busca
- C conteúdo, organização e rotulação
- D contexto, navegação e usuários

Questão 37

Considerando que os dispositivos móveis possuem características diferentes das apresentadas por um computador, assinale a opção correta no que se refere à arquitetura da informações para dispositivos móveis.

- A Os sistemas de navegação geralmente são complexos devido à variedade de elementos básicos, dispensando, dessa forma, a necessidade da indicação da localização atual do usuário na estrutura hierárquica de informações.
- B O sistema de busca deve ser simples, listando os resultados por tópicos, sem a utilização de imagens ou ícones.
- C Ao estruturar a informação para os dispositivos móveis, há dispensabilidade de utilizar esquemas hierárquicos.
- D Menus convencionais que associam ícones, textos e *links* podem ser substituídos por ícones com *links* para facilitar a navegação dos usuários.

Questão 38

A respeito dos tipos de menu de navegação, assinale a opção correta.

- A Os menus do tipo *pop-up* são menus abertos que são apresentados se o usuário clicar sobre um controle para apresentação de uma lista de *links*.
- B Os menus do tipo *pull-down* são menus dinâmicos que aparecem automaticamente quando o usuário passa o cursor do *mouse* sobre o item do menu.
- C As barras de navegação, definidas por uma área visual distinta da página, contêm uma lista de *links* orientada vertical ou horizontalmente.
- D As abas de navegação, definidas por abas de fichário que aparecem individualizadas, necessariamente carregam uma nova página ou janela do *site*.

Questão 39

Os diversos tipos de navegação em um *website* podem ser agrupados em três categorias, descritas a seguir.

- (i) navegação baseada na hierarquia do sistema interativo ou *website*, possibilitando que o usuário se mova para cima ou para baixo na estrutura.
- (ii) navegação por assuntos, tópicos ou conteúdos semelhantes, que não está presa à divisão ou estrutura, possibilitando ao usuário pular níveis da hierarquia.
- (iii) navegação por funcionalidades ou informações que auxiliam o entendimento da arquitetura de informação ou do sistema interativo.

A partir dessas informações, é correto afirmar que os três tipos de navegação representados por (i), (ii) e (iii) são denominados, respectivamente, de navegação

- A estrutural, associativa e utilitária.
- B associativa, descritiva e funcional.
- C descritiva, associativa e utilitária.
- D associativa, estrutural e funcional.

Questão 40

O *design* de um *website* pode ser considerado bom ou ruim sob dois pontos de vista: prático, cujo foco está na funcionalidade e na eficiência; e estético, cujo foco está no valor artístico e no apelo visual do *design*. De acordo com os princípios estéticos para o bom *design* de um *website*, assinale a opção correta.

- A Um texto escrito todo em letras maiúsculas é mais fácil de ler que um texto que mistura letras maiúsculas e minúsculas.
- B O espaço em branco ou espaço negativo é importante para guiar os olhos do usuário pela página, além de criar equilíbrio e unidade.
- C As fontes tipográficas serifadas são popularmente consideradas as melhores para textos na Web.
- D O uso de cores complementares é a opção mais indicada para a composição de texto e fundo.

Questão 41

Uma pequena empresa de *e-commerce* contratou um *designer* para a criação e o desenvolvimento do seu *website*. Um dos requisitos do projeto apresentado pela empresa referia-se ao equilíbrio visual simétrico desejado para o *website*.

O tipo de equilíbrio referido na situação hipotética precedente

- A obrigatoriamente faz uso da regra dos terços.
- B ocorre por meio de simetria horizontal, bilateral ou radial.
- C não é utilizado em *layouts* de *websites* de *e-commerce*.
- D é ligeiramente mais abstrato e versátil que o equilíbrio informal.

Questão 42

Sabendo que a leitura a partir da tela de um computador difere da leitura de textos em mídia impressa, assinale a opção correta com relação à tipografia e ao *design* geral do texto na Web.

- A Para *menus* de navegação vertical, o texto justificado à direita é geralmente mais fácil de ser lido.
- B A fonte Verdana, se comparada à Garamond, é uma fonte mais fácil de ser lida em tamanhos menores.
- C O padrão recomendado para textos na Web é a utilização de fonte de 10 pontos, sem variação de tamanho em toda a navegação.
- D Para se garantir uma ótima condição de leitura para qualquer tamanho de tipo, a entrelinha deve corresponder a 100% do tamanho do tipo.

Questão 43

A cor é um dos aspectos mais desafiadores dos projetos de *design*, sendo uma área de estudos para cientistas, artistas e *designers*. A respeito das propriedades que impactam o aspecto das cores e que definem sua aparência final, julgue os itens seguintes.

- I A saturação, também denominada croma, representa a pureza ou intensidade de uma cor particular: cores pastel são de croma baixa, enquanto tons intensos são de croma alta.
- II Matiz é o que define as tonalidades das cores; todas as cores são matizes, sejam elas primárias, secundárias ou terciárias.
- III Brilho é a quantidade de energia luminosa absorvida pela cor, de modo que os tons pertencem a uma escala acromática entre o branco (luminosidade máxima) e o preto (luminosidade mínima).

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item II está certo.
- B Apenas o item III está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens I e III estão certos.

Questão 44

A partir do início do século XX, surgiram propostas de classificação sistemática de tipos, mediante o esforço de estudiosos e praticantes da tipografia. A classificação em famílias de tipos baseia-se em características similares apresentadas pelas letras, pelos números e pelos acentos das fontes, o que facilita a sua organização e a sua identificação em projetos tipográficos. A respeito desse tema, assinale a opção correta, de acordo com as classes tipográficas propostas por Maximilien Vox e adotadas pela Associação Tipográfica Internacional.

- A Os tipos Humanistas, também chamados de Venezianos, apresentam contrastes nas linhas e curvas nas letras, que são mais evidentes que as curvas apresentadas em outros estilos tipográficos.
- B As fontes da classe Didônica seguem proporções matemáticas e apresentam contraste menos acentuado e eixo inclinado, sendo Bodoni e Modern exemplos de fontes dessa classe.
- C As Garaldinas apresentam eixo inclinado, mas diferem das Humanistas devido, entre outros aspectos, ao maior contraste nas hastes, sendo Garamond e Souvenir exemplos de fontes da classe das Garaldinas.
- D As Transicionais apresentam tipos com maior variação de contraste e não apresentam serifa, sendo a Baskerville considerada o exemplo mais característico dessa classe.

Questão 45

Os estímulos que causam as sensações cromáticas estão divididos em dois grupos: o das cores-luz e o das cores-pigmento. Considerando os conceitos técnicos associados ao assunto, tais como o processo de formação das cores e suas formas de categorização, assinale a opção correta.

- A As cores aditivas são definidas a partir da soma ou sobreposição das luzes emitidas por diferentes fontes.
- B Vermelho, amarelo e azul são as cores primárias das cores-pigmento transparentes.
- C As cores exibidas na tela de um computador enquadram-se em um modelo de cores subtrativas.
- D Magenta, amarelo e azul ciano são as cores primárias das cores-pigmento opacas.

Questão 46

A segunda onda da gestão de projetos tem como foco

- A o treinamento em ferramentas de gestão de projetos.
- B a eficiência na utilização das práticas de gerenciamento de projetos.
- C o investimento na implementação de modelos de maturidade em projetos.
- D a administração isolada do escopo, prazos e custos dos empreendimentos.

Questão 47

Julgue os seguintes itens, relativos à gestão de projetos.

- I PMO (*Project Management Office*) é uma parte da estrutura organizacional estabelecida para auxiliar gerentes de projetos e times da organização na implementação de práticas, ferramentas e técnicas em gerenciamento de projetos.
- II O PSO (*Project Support Office*) fornece apoio técnico e administrativo e serviços aos vários gerentes de projetos na condução de mudanças de escopo e no gerenciamento de custos.
- III O PrgMO (*Program Management Office*) gerencia os gerentes de projetos, sendo a última instância responsável pelos resultados do projeto.

Assinale a opção correta.

- A Apenas os itens I e II estão certos.
- B Apenas os itens I e III estão certos.
- C Apenas os itens II e III estão certos.
- D Todos os itens estão certos.

Questão 48

Em relação à estrutura analítica do projeto (EAP) e suas abordagens básicas, julgue os itens subsequentes.

- I A EAP é uma maneira hierárquica, usualmente gráfica, de mostrar o escopo do projeto.
- II Cada elemento da EAP constitui uma entrega, independentemente de ser o produto final ou intermediário.
- III A abordagem *top down* é adequada nos casos em que não haja experiência prévia nem acesso à EAP padronizada de projetos anteriores.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item II está certo.
- B Apenas o item III está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens I e III estão certos.

Questão 49

Quando a data prevista no cronograma para o final do projeto é posterior à exigida pelo cliente, faz-se necessário acelerar o cronograma, o que gera aumento nos custos. Essa técnica de aceleração é denominada

- A compressão (*crashing*).
- B paralelismo (*fast tracking*).
- C corrente crítica.
- D nivelamento.

Questão 50

No Scrum, o PO (*product owner*)

- I reúne todos os requisitos dos produtos ou serviços de várias partes interessadas, bem como de entrega à equipe de desenvolvimento.
- II facilita, simplifica e otimiza processos que ajudam as equipes a cumprir suas metas.
- III elabora, mantém e prioriza o *backlog* do produto.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item II está certo.
- B Apenas o item III está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens I e III estão certos.