



**DEFENSORIA PÚBLICA DO  
ESTADO DE RONDÔNIA**  
CONCURSO PÚBLICO – EDITAL 01/2025

**TARDE**

**ANALISTA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
(PUBLICIDADE E PROPAGANDA) - CLASSE A**

**NÍVEL SUPERIOR TIPO 1 – BRANCA**



**SUA PROVA**

- Além deste caderno contendo **70 (setenta)** questões objetivas e **1 (uma)** questão discursiva, você receberá do fiscal de prova o cartão de respostas
- A questão discursiva deverá ser redigida com o mínimo de **20 (vinte)** e o máximo de **30 (trinta)** linhas



**TEMPO**

- Você dispõe de **4,5 (quatro e meia) horas** para a realização da prova, já incluído o tempo para o preenchimento das folhas de textos definitivos;
- **1 (uma) hora** após o início da prova, é possível retirar-se da sala, sem levar o caderno de questões;
- A partir dos **30 (trinta) minutos** anteriores ao término da prova é possível retirar-se da sala **levando o caderno de questões**.



**NÃO SERÁ PERMITIDO**

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova;
- Anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de questões;
- Levantar da cadeira sem autorização do fiscal de sala;
- Usar o sanitário ao término da prova, após deixar a sala.



**INFORMAÇÕES GERAIS**

- Verifique se seu caderno de questões está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, **notifique imediatamente o fiscal da sala**, para que sejam tomadas as devidas providências;
- Confira seus dados pessoais, especialmente nome, número de inscrição e documento de identidade e leia atentamente as instruções para preencher a folha de texto definitivo;
- Para o preenchimento das folhas de textos definitivos, use somente caneta esferográfica, fabricada em material transparente, com tinta preta ou azul;
- Assine seu nome apenas nos espaços reservados nas folhas de textos definitivos;
- Confira seu cargo, cor e tipo do caderno de questões. Caso tenha recebido caderno de cargo ou cor ou tipo **diferente** do impresso em suas folhas de textos definitivos, o fiscal de sala deve ser **obrigatoriamente** informado para o devido registro na ata da sala;
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento das suas folhas de textos definitivos. O preenchimento é de sua responsabilidade e **não será permitida a troca das folhas de textos definitivos em caso de erro cometido pelo candidato**;
- Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas nas folhas de textos definitivos;
- A FGV coletará as impressões digitais dos candidatos na lista de presença;
- Os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais quando do ingresso e da saída de sanitários durante a realização das provas.
- **Boa prova!**



## Conhecimentos Gerais

### Língua Portuguesa

1

Observe a seguinte descrição e assinale a opção correta sobre sua estruturação ou significação:

“A biblioteca do mestre se localizava em um dos cômodos da casa, transformado em escritório. Havia um conjunto de prateleiras onde se alinhavam os livros, muito bem arrumados; cada livro possuía uma etiqueta identificadora para facilitar a consulta. Pequenas estantes ao lado das prateleiras recebiam outras obras, talvez menos importantes.”

- (A) A ordem da descrição parte de dentro para fora.
- (B) A trajetória descritiva sai do geral para o particular.
- (C) A descrição aborda a quantidade e a qualidade de objetos.
- (D) O termo “obras” substitui “livros”, sendo seu sinônimo.
- (E) O observador domina inteiramente o tema da descrição.

2

Cada uma das opções a seguir fala da língua escrita e alude a uma de suas funções.

Assinale a frase que se refere à função de transferência do ato comunicativo para outro tempo ou lugar.

- (A) O espírito mais autêntico de um povo está em sua língua.
- (B) As bibliotecas estão cheias de livros monumentais.
- (C) Ainda hoje a linguagem de Guimarães Rosa emociona.
- (D) Dom Casmurro é uma obra-prima de linguagem.
- (E) Não deixe de anotar seus compromissos na agenda.

3

Assinale o segmento textual a seguir que pertence ao tipo textual didático, cuja função principal é a de ensinar algo útil para a educação do indivíduo.

- (A) As escolas primárias tendem a aumentar seu período diário de aulas em função da situação escolar deficiente.
- (B) Os professores continuam com baixos salários, apesar de todos saberem de sua importância social.
- (C) Os adjetivos, como explicam os professores, podem exprimir qualidades, estados e características, além de relações.
- (D) Muitos livros didáticos se destinam a temas demasiadamente específicos e, por isso, ganham poucos leitores.
- (E) O governo vai pagar os estudos de muitos alunos que ficaram sem vagas nas escolas públicas.

4

Compare as seguintes frases:

1. Uma professora francesa dá aulas em minha escola.

2. Uma francesa professora mora em minha cidade.

Sobre os termos sublinhados, assinale a opção correta.

- (A) Os dois segmentos mostram o mesmo significado.
- (B) Os termos “professora” (frase 1) e “francesa” (frase 2) são núcleos dos segmentos sublinhados.
- (C) Nos dois segmentos, o termo “francesa” funciona como adjetivo.
- (D) Nos dois segmentos, o termo “professora” funciona como substantivo.
- (E) Enquanto na primeira frase a ordem das palavras no segmento sublinhado é substantivo + adjetivo, na segunda é adjetivo + substantivo.

5

Assinale a opção em que a substituição do elemento sublinhado por um advérbio de mesmo sentido foi feita de forma correta.

- (A) É necessário mudar muitas vezes de opinião para estar sempre de acordo com o seu partido político. / continuamente.
- (B) A compra de frutas ocorreu do mesmo modo como se compra bacalhau na feira: pelo cheiro. / exatamente.
- (C) Fazem-nos na época atual constituições para os povos como se fariam vestidos para as pessoas sem se lhes tomar as medidas. / atualizadamente.
- (D) Os soldados se organizaram na mesma forma do dia anterior / formalmente.
- (E) Todos os convidados se portaram de forma educada / educativamente.

6

Assinale a opção abaixo que mostra corretamente a ordem de premissa + conclusão na frase.

- (A) Alguém está querendo falar conosco / o celular tocou na sala de jantar.
- (B) Alguns fatos importantes ocorreram ontem / os jornais televisivos estão mais extensos.
- (C) Já deve ser noite alta / todas as luzes das casas estão apagadas.
- (D) Os livros ficaram abertos sobre as carteiras / os alunos certamente saíram com pressa.
- (E) O professor enxerga mal / o professor usa óculos de lentes grossas.

7

Observe o seguinte texto:

“Como já afirmou um ex-ministro da educação, o Brasil necessita urgentemente de um novo currículo escolar, que procure mais contato com as necessidades atuais dos alunos, o que contribuiria para mais interesse da parte deles e diminuiria a evasão escolar”.

Nesse caso, a observação mais completa e acertada é:

- (A) O argumentador só apresenta a sua opinião, sem detalhes.
- (B) O argumentador apresenta a sua opinião como geral.
- (C) O argumentador apresenta uma opinião alheia.
- (D) O argumentador apresenta e comenta uma opinião alheia.
- (E) O argumentador confronta diversas opiniões.

8

Todos os segmentos a seguir expressam opiniões.

Assinale o segmento em que a opinião expressa está erradamente atribuída a alguém.

- (A) Os comentaristas do programa disseram que, para combater a desordem nas ruas, seria importante formar-se uma comissão de segurança. / comissão de segurança.
- (B) Não há dúvida de que esse filme, segundo a minha visão do problema, trará grandes prejuízos aos diretores, pois o público não comparece às salas de projeção. / público.
- (C) Os empregados da empresa e seus advogados defendem a ideia de que se faça o pagamento de salários atrasados. / os empregados da empresa.
- (D) Pode-se afirmar que há duas espécies de livros: os que são vendidos e os que ficam nas prateleiras. / os livreiros.
- (E) Os jornais afirmaram que as manifestações foram impressionantes, pois havia público em toda a praia, segundo os institutos de pesquisa. / os jornais.

9

Assinale a frase argumentativa a seguir cuja premissa de raciocínio é feita à base de um julgamento opinativo.

- (A) Uma pesquisa indicou que grande parte da população brasileira vê a insegurança como seu maior problema.
- (B) As pesquisas eleitorais mostram que a população se encontra dividida entre candidatos de ideologia oposta.
- (C) Muitos acidentes ocorrem por estarem alcoolizados os motoristas, como mostra a fiscalização da Lei Seca.
- (D) É muito mais agradável ir para o campo do que para a praia nas próximas férias.
- (E) Muitas rodovias apresentam maior número de acidentes que outras, o que nos leva a crer que há necessidade de melhor sinalização.

10

Assinale o texto a seguir cujo raciocínio é indutivo, ou seja, parte do particular para o geral.

- (A) Os livros estão custando muito caro, o que nos leva a evitar comprá-los.
- (B) Os meninos de minha rua são tremendamente agitados, daí que haja necessidade de melhoras na educação dos jovens.
- (C) Os eucaliptos são cortados com pouco mais de três anos de existência, por isso as colinas estão desertas.
- (D) Os restaurantes aderiram ao serviço de *buffet*, o que tornou os preços mais baratos.
- (E) Os times de futebol estão pagando altíssimos salários a seus atletas por isso alguns deles passam dificuldades.

11

Observe o seguinte raciocínio:

*Algumas pessoas ganham muito pouco.*

*Algumas pessoas decidiram apelar para o crime.*

Nesse raciocínio ocorre o seguinte problema:

- (A) A premissa não é verdadeira.
- (B) A conclusão não decorre logicamente da premissa.
- (C) A conclusão apresenta a correta solução de um problema.
- (D) A premissa indica uma opinião do emissor.
- (E) A premissa é, na verdade, a conclusão do raciocínio.

12

Sempre que passamos de uma premissa diretamente a uma conclusão, assumimos como verdadeira alguma ideia intermediária.

Assinale a opção a seguir em que essa ideia intermediária está **erradamente** identificada.

- (A) O motorista do carro em nossa frente está fazendo curvas irregulares; é melhor manter distância / o motorista do carro da frente mostra ter algum problema.
- (B) A resposta do atual advogado é a mesma do advogado anterior; vamos segui-la / a resposta está certa.
- (C) O sinal da fábrica já está tocando; meu marido vai chegar atrasado ao trabalho / o sinal da fábrica está tocando na hora certa.
- (D) O policial o viu assaltando um transeunte; ele vai ser preso brevemente / o policial estava de plantão.
- (E) Ela me abraçou fortemente; acho que ainda me ama / o abraço forte é sinal de afeto.

13

Observe o seguinte argumento:

“– Sr Governador, o senhor não deve preocupar-se tanto com o déficit orçamentário do estado, pois com a sua reeleição nas próximas eleições do fim do ano, o senhor terá mais tempo para resolver o problema”.

Nesse raciocínio há uma falácia, que é:

- (A) Apresentar uma possibilidade como certeza.
- (B) Fugir do assunto principal.
- (C) Citar um princípio autoritário.
- (D) Apelar para a sedução do interlocutor.
- (E) Produzir um círculo vicioso.

14

Em todas as frases a seguir procurou-se evitar a repetição do termo sublinhado.

Assinale a opção em que o processo utilizado para isso foi corretamente identificado.

- (A) Comprou um carro na liquidação da empresa, mas o carro novo não agradou plenamente / ampliação do termo.
- (B) Os estudantes não gostam de interpretar textos, mas os estudiosos afirmam que essa é uma atividade importante / emprego de sinônimos.
- (C) Os livros indicados para leitura obrigatória são ótimos e, por isso, essas obras trarão prazer / omissão do termo.
- (D) Trabalho, esporte, passeios, todas essas atividades preenchem o seu tempo / substituição por pronome.
- (E) Aferiram-se os resultados, e a aferição vai auxiliar no planejamento futuro / emprego de hiperônimo.

15

Assinale a frase em que a ambiguidade é fruto da polissemia de um vocábulo.

- (A) Encontrei com Mário em sua empresa.
- (B) Maria e João se casaram ontem.
- (C) Suas ações iam trazer benefícios para a empresa.
- (D) A demissão do gerente foi repentina.
- (E) Vi de novo a foto daquela jornalista.

## Legislação Institucional

16

Foram realizados estudos, no âmbito da Defensoria Pública do Estado de Rondônia, com o objetivo de aperfeiçoar a política remuneratória afeta aos membros da Instituição. Nesses estudos, foi analisada a possibilidade de ser instituída gratificação de produtividade, bem como se haveria um limite estipencial a ser observado.

Ao fim dos estudos, concluiu-se corretamente, à luz da Constituição do Estado de Rondônia, que

- (A) a referida gratificação, uma vez instituída, não pode ser utilizada como base de cálculo de outras gratificações.
- (B) o total dos estipêndios, incluindo a referida gratificação, não pode superar o valor recebido pelos Ministros do Supremo Tribunal Federal.
- (C) a referida gratificação não pode ser instituída, ainda que, somada ao estipêndio regular, não ultrapasse o teto remuneratório.
- (D) o total dos estipêndios, incluindo a referida gratificação, não pode superar o valor recebido pelos Desembargadores do Tribunal de Justiça de Rondônia.
- (E) a referida gratificação, uma vez instituída, não pode ser incorporar aos estipêndios regulares, devendo cessar tão logo cesse o fato que ensejou a sua percepção.

17

Após regular tramitação interna, Ana, servidora da Defensoria Pública do Estado de Rondônia, encaminhou determinado expediente ao órgão com atribuição para instaurar processo disciplinar contra membros da Defensoria Pública.

À luz da Lei Complementar nº 117/1994, esse órgão é

- (A) o Defensor Público-Geral.
- (B) o Colégio de Defensores Públicos.
- (C) a Comissão Permanente de Inquérito.
- (D) o Conselho Superior da Defensoria Pública.
- (E) a Corregedoria-Geral da Defensoria Pública.

18

Maria, após regular aprovação em concurso público, foi nomeada para ocupar cargo de provimento efetivo no quadro de servidores da Defensoria Pública do Estado de Rondônia. Um mês depois, foi informada que João, ocupante anterior do cargo e que fora demitido, teve sua demissão invalidada por decisão administrativa.

Na situação descrita, é correto afirmar que João deve ser

- (A) posto em disponibilidade até que Maria deixe o cargo.
- (B) reconduzido ao cargo de origem, e Maria pode ser aproveitada em outro cargo.
- (C) reintegrado ao cargo de origem, e Maria pode ser posta em disponibilidade.
- (D) readaptado em outro cargo, com remuneração e atribuições similares ao cargo de origem.
- (E) aproveitado em outro cargo, considerando que o cargo que ocupava foi provido com a nomeação de Maria.

19

Pedro, servidor ocupante de cargo de provimento efetivo no âmbito da Defensoria Pública do Estado de Rondônia, tinha dúvidas em relação à possibilidade de obter a promoção vertical na carreira, o que lhe propiciaria um incremento remuneratório. A dúvida decorrida da ocorrência de certos fatos em sua situação funcional que poderiam obstar essa promoção.

Ao analisar a sistemática da Lei Complementar nº 703/2013, Pedro concluiu corretamente que o único fato que obsta a promoção alvitrada é

- (A) ter menos de dez anos de carreira.
- (B) o efetivo exercício apenas nas unidades da Defensoria Pública.
- (C) ter quinze meses de efetivo exercício no último padrão da classe em que se encontra.
- (D) a existência de cinco faltas injustificadas, por exercício, referentes ao período avaliado.
- (E) ter conceito de 50% dos pontos possíveis nos procedimentos de avaliação periódica de desempenho.

20

Joana, servidora pública, foi incumbida por seu superior hierárquico de analisar a possibilidade de serem utilizados meios técnicos razoáveis e disponíveis, para que os dados pessoais dos usuários de determinado serviço público percam a possibilidade de associação, direta ou indireta, aos indivíduos a que se referem, de modo que sejam utilizados para uma pesquisa que subsidiaria a realização de publicidade institucional.

Após consultar a Lei nº 13.709/2018, Joana concluiu corretamente que a realização do objetivo alvitrado por seu superior hierárquico

- (A) depende de consentimento expresso dos indivíduos a que se referem as informações.
- (B) somente depende de consentimento expresso dos indivíduos a que se referem as informações, caso tenham a natureza de dados pessoais sensíveis.
- (C) somente depende de consentimento expresso dos indivíduos a que se referem as informações, caso tenham negado, de modo expresso, a possibilidade de tratamento.
- (D) não depende de consentimento dos indivíduos a que se referem as informações, o que decorre da impossibilidade de associação, ainda que o fim seja a publicidade institucional.
- (E) o tratamento de dados pessoais, por órgãos e entes públicos, sempre apresenta uma finalidade de interesse público, logo, não depende de consentimento, o mesmo ocorrendo na situação descrita.

## Noções de Direito

21

Em razão de uma diversidade de problemas que assolaram sua esfera jurídica, João decidiu ingressar com quatro ações constitucionais perante os juízos competentes. Essas ações estão inseridas no rol dos direitos fundamentais. No entanto, tinha receio do impacto que as custas judiciais poderiam ocasionar em sua esfera econômica. Afinal, apesar de ter uma ótima situação econômica, não tencionava adiar viagens ou a aquisição de bens de consumo.

João obteve a seguinte informação correta:

- (A) apenas a ação de *habeas corpus* é gratuita.
- (B) apenas a ação de mandado de segurança é gratuita.
- (C) as ações de *habeas corpus* e *habeas data* são gratuitas.
- (D) as ações de mandado de segurança e de mandado de injunção são gratuitas.
- (E) as referidas ações somente serão gratuitas caso João seja assistido pela Defensoria Pública.

22

A Defensoria Pública do Estado Alfa foi procurada por um assistido, o qual relatou a má qualidade do serviço local de gás canalizado, o que vinha causando sérios embaraços na rotina de sua família.

Com o objetivo de verificar as medidas a serem adotadas, o Defensor Público com atribuição decidiu identificar o ente federativo responsável pela prestação do referido serviço, tendo concluído corretamente que é

- (A) o Estado.
- (B) o Município.
- (C) a União, sendo vedada a prestação indireta.
- (D) a União, sendo permitida a prestação indireta.
- (E) o Município, caso tenham recebido delegação da União.

23

Maria, agente socioeducativa no âmbito do Estado Alfa, compareceu à Defensoria Pública e formulou consulta jurídica em relação à possibilidade, ou não, de ser alcançada por critérios diferenciados no regime próprio de previdência social, com tempo de contribuição e idade distintos, considerando a regra geral aplicada aos servidores públicos.

Com base na disciplina estabelecida pela Constituição da República, o Defensor Público, esclareceu corretamente, que

- (A) Alfa pode estabelecer esses critérios na Constituição Estadual.
- (B) Alfa pode estabelecer esses critérios por meio de lei ordinária.
- (C) apenas uma lei nacional pode estabelecer critérios diferenciados.
- (D) Alfa pode estabelecer esses critérios por meio de lei complementar.
- (E) é vedado o estabelecimento de critérios diferenciados, pois isto afrontaria a isonomia.

24

Joana é investigada pela prática de ato doloso de improbidade administrativa que teria causado prejuízo ao erário. Em conversa com a Defensora Pública Maria, a investigada demonstrou interesse em celebrar, com o Ministério Público, um acordo de não persecução cível.

De acordo com a narrativa e considerando as disposições da Lei nº 8.429/1992, analise as afirmativas a seguir.

- I. Oitiva do juízo competente, em momento anterior ou posterior à propositura da ação.
- II. Aprovação, no prazo de até sessenta dias, pelo órgão do Ministério Público competente para apreciar as promoções de arquivamento de inquéritos civis, se anterior ao ajuizamento da ação.
- III. Homologação pelo ente federativo lesado, independentemente de o acordo ocorrer antes ou depois do ajuizamento da ação de improbidade administrativa.

A celebração do acordo de não persecução cível dependerá da observância do(s) requisito(s) elencado(s) em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

25

João, ocupante de um cargo em comissão em um órgão da administração direta, aceitou promessa de vantagem do empresário Carlos. As partes combinaram que o referido agente público proferiria decisão favorável aos interesses do particular em um determinado processo administrativo em tramitação. Como contrapartida, João receberia, por interposta pessoa, uma potente motocicleta. Contudo, antes da prolação da decisão por parte do servidor público, os fatos foram descobertos pelas autoridades públicas, dando-se conhecimento ao Ministério Público.

Nesse cenário, considerando as disposições do Código Penal, é correto afirmar que João responderá pelo crime de

- (A) advocacia administrativa qualificada, por ser ocupante de cargo em comissão em órgão da administração direta, sem a incidência de causas de aumento de pena.
- (B) corrupção passiva simples, com a incidência de uma causa de aumento de pena, por ser titular de cargo em comissão em órgão da administração direta.
- (C) corrupção passiva qualificada, por ser ocupante de cargo em comissão em órgão da administração direta, sem a incidência de causas de aumento de pena.
- (D) exercício funcional ilegalmente antecipado simples, sem a incidência de causa de aumento de pena.
- (E) advocacia administrativa simples, sem a incidência de causa de aumento de pena.

26

Os novos servidores da Defensoria Pública do Estado de Rondônia participaram de uma palestra, na sede da referida instituição, com o objetivo de melhor conhecerem a Administração Pública Local. Desta forma, durante a exposição, os servidores foram informados sobre a existência de uma Secretaria Estadual e de uma autarquia, ambas destinadas a tutelar os indivíduos vulneráveis e hipossuficientes econômicos.

Nesse cenário hipotético, considerando o entendimento doutrinário e jurisprudencial dominantes, é correto afirmar que a

- (A) Secretaria Estadual, integrante da Administração Pública Indireta, é fruto da descentralização administrativa. Lado outro, a autarquia, integrante da Administração Pública Direta, é uma manifestação da desconcentração administrativa.
- (B) Secretaria Estadual, integrante da Administração Pública Direta, é fruto da desconcentração administrativa. Lado outro, a autarquia, integrante da Administração Pública Indireta, é uma manifestação da descentralização administrativa.
- (C) Secretaria Estadual, integrante da Administração Pública Direta, é fruto da descentralização administrativa. Lado outro, a autarquia, integrante da Administração Pública Indireta, é uma manifestação da desconcentração administrativa.
- (D) Secretaria Estadual e a autarquia, integrantes da Administração Pública Direta, são fruto da desconcentração administrativa.
- (E) Secretaria Estadual e a autarquia, integrantes da Administração Pública Indireta, são fruto da descentralização administrativa.

27

Em observância à disciplina legal, o processo de contratação direta, que compreende os casos de inexigibilidade e de dispensa de licitação, deverá ser instruído, dentre outros, com documentos que versem sobre a razão da escolha do contratado, justificativa de preço e autorização da autoridade competente.

De acordo com a narrativa e considerando as disposições da Lei nº 14.133/2021, analise as afirmativas a seguir.

- I. Para contratação que mantenha todas as condições definidas em edital de licitação realizada há menos de um ano, quando se verificar que naquela licitação não surgiram licitantes interessados ou não foram apresentadas propostas válidas.
  - II. Para contratação que tenha por objeto aquisição de medicamentos destinados exclusivamente ao tratamento de doenças raras definidas pelo Ministério da Saúde.
  - III. Aquisição ou locação de imóvel cujas características de instalações e de localização tornem necessária sua escolha.
- É dispensável a licitação na(s) hipótese(s) elencada(s) em
- (A) I, apenas.
  - (B) II, apenas.
  - (C) III, apenas.
  - (D) I e II, apenas.
  - (E) I, II e III.

28

Caio, servidor público no Estado *Alfa*, estava, embriagado, na condução de um veículo automotor oficial, pertencente ao referido ente federativo, encaminhando-se à repartição pública em que trabalha, ocasião em que, por imprudência e negligência, avançou um sinal vermelho, atropelando um transeunte.

Nesse cenário, considerando as disposições da Constituição Federal e o entendimento doutrinário e jurisprudencial dominantes, avalie as afirmativas a seguir e assinale (V) para a verdadeira e (F) para a falsa.

- ( ) A responsabilidade civil do Estado *Alfa*, no caso narrado, tem natureza subjetiva, sendo desnecessário comprovar o dolo ou a culpa do servidor público.
- ( ) Caio, na qualidade de servidor público, responderá objetivamente pelos danos que causou ao particular.
- ( ) Por se tratar de responsabilidade civil imputável ao Estado *Alfa* à luz da teoria do risco integral, não se admite a alegação de excludentes do nexo de causalidade entre a conduta e o dano causado ao particular.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F – F – F.
- (B) V – F – V.
- (C) F – V – F.
- (D) V – V – F.
- (E) V – V – V.

29

Após complexa operação policial, que culminou na arrecadação de milhares de reais e joias, os bens apreendidos foram colocados no cofre da Delegacia de Polícia do Município *Alfa*. Nesse contexto, Caio, policial civil, embora não tivesse a posse dos valores pecuniários e das joias, os subtraiu, em proveito próprio, valendo-se de facilidade que a qualidade de funcionário lhe proporcionou para acessar o local onde os bens estavam guardados.

Nesse cenário, considerando as disposições do Código Penal, é correto afirmar que Caio responderá pelo crime de

- (A) condescendência criminosa.
- (B) excesso de exação.
- (C) prevaricação.
- (D) concussão.
- (E) peculato.

30

Matheus, agente público no Estado *Alfa*, prevalecendo-se do seu cargo, falsificou, em parte, determinado livro mercantil que lhe foi apresentado. Contudo, após uma denúncia anônima, os fatos chegaram ao conhecimento do Ministério Público e das autoridades policiais. Preocupado com as repercussões, Matheus procurou a Defensoria Pública, com o objetivo de ser adequadamente informado e assistido.

Nesse cenário, considerando as disposições do Código Penal, é correto afirmar que Matheus responderá pelo crime de

- (A) falsificação de documento particular na modalidade simples, com a incidência de uma causa de aumento de pena.
- (B) falsificação de documento público na modalidade simples, com a incidência de uma causa de aumento de pena.
- (C) falsificação de documento público na modalidade qualificada, sem a incidência de causa de aumento de pena.
- (D) falsidade ideológica na modalidade qualificada, sem a incidência de causa de aumento de pena.
- (E) falsidade ideológica na modalidade simples, com a incidência de uma causa de aumento de pena.

## História, Geografia e Atualidades de Rondônia

31

No Tratado de Madri, firmado em 1750, a área de domínio da aliança luso-Tupi-Guarani se transformava em unidade reconhecida juridicamente pelo direito internacional e identificada pelo nome de Brasil. Os muitos atos tidos até a véspera como impróprios ou ilegais adquiriram o estatuto de atos fundadores do domínio jurídico.

CALDEIRA, Jorge. *História da riqueza no Brasil*. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2017. (Adaptado.)

O Tratado de Madri foi um marco no estabelecimento e reconhecimento formal do território brasileiro no século XVIII. É correto afirmar que o tratado

- (A) ignorou as expedições bandeirantes e outras formas de expansão territorial, restabelecendo os antigos limites das capitanias hereditárias.
- (B) baseou-se na posse efetiva da terra como critério para definir os limites territoriais, consolidando a expansão portuguesa na América.
- (C) desconsiderou a presença dos povos indígenas e estipulou a expulsão de todas as populações nativas das áreas delimitadas.
- (D) foi firmado sob a mediação do Vaticano, que determinou as fronteiras entre Portugal e Espanha de acordo com critérios religiosos e missionários.
- (E) estabeleceu a devolução de todas as terras espanholas ocupadas por Portugal, reafirmando a validade das divisões estabelecidas no século XV.

32

Segundo o antropólogo Darcy Ribeiro, a inovação do pensamento do marechal Cândido Rondon foi “o estabelecimento pioneiro do princípio, só hoje reconhecido internacionalmente, do direito à diferença”.

Essa afirmação se baseia

- (A) na implementação de um contato progressivo com os indígenas, garantindo sua adaptação gradual à sociedade nacional por meio da introdução dos valores civilizados.
- (B) na formulação de uma política para conciliar o desenvolvimento técnico do Estado brasileiro e a mínima interação possível com os povos indígenas.
- (C) no reconhecimento da importância dos indígenas como parte da identidade nacional, impondo sua participação na construção do projeto republicano brasileiro.
- (D) na concepção de um plano de ocupação territorial da Amazônia, no qual os indígenas seriam mobilizados na integração das fronteiras ao restante do país.
- (E) na defesa de uma política de contato pacífico e proteção territorial dos indígenas, garantindo sua autonomia dentro do Estado brasileiro.

33

O acoplamento entre a extração e a coagulação do látex da *Hevea brasiliensis* na Amazônia e a demanda crescente pelo produto devido à emergente Revolução Industrial nos EUA e na Europa Ocidental deu início ao Ciclo da Borracha. O auge desse mercado exportador ocorreu entre os anos de 1879 e 1912, quando então se iniciou sua derrocada.

Entre os motivos da falência do ciclo, é correto indicar

- (A) a imposição de pesadas tarifas pelos países consumidores, tornando a exportação da borracha amazônica economicamente inviável.
- (B) o esgotamento das seringueiras na Amazônia devido à exploração predatória, que inviabilizou a continuidade da produção de borracha na região.
- (C) a concorrência da borracha produzida em plantações na Ásia, onde o cultivo em larga escala reduziu os custos e suplantou o produto amazônico.
- (D) o fim da demanda por borracha natural, substituída totalmente por polímeros sintéticos desenvolvidos no início do século XX.
- (E) a decisão protecionista do governo brasileiro de proibir a exportação da matéria-prima, priorizando o abastecimento do mercado interno.

34

O Real Forte Príncipe da Beira foi edificado pelos portugueses às margens do Rio Guaporé no século XVIII. Situava-se na então Capitania de Mato Grosso, a oeste da demarcação do Tratado de Tordesilhas.

Sua principal finalidade foi

- (A) servir como entreposto comercial para o escoamento de ouro e diamantes extraídos na região, fortalecendo a economia da colônia.
- (B) estabelecer uma missão religiosa jesuítica, com o objetivo de converter e integrar os povos amazônicos à sociedade colonial portuguesa.
- (C) proteger as fronteiras contra as incursões de corsários franceses e ingleses, que ameaçavam a soberania portuguesa na Amazônia.
- (D) garantir a soberania portuguesa sobre a região fronteira e impedir avanços espanhóis, consolidando o domínio lusitano na área.
- (E) controlar e fiscalizar o fluxo de escravos indígenas e africanos no interior da colônia, assegurando o abastecimento de mão de obra para as fazendas.

**35**

O Território Federal de Rondônia passou oficialmente à condição de estado em 1982. Sobre esse tema, analise os itens a seguir.

- I. O crescimento populacional e econômico acelerado entre as décadas de 1960 e 1980, impulsionado pela migração e pela expansão agropecuária.
- II. A necessidade de maior autonomia política e financeira, permitindo ao governo local arrecadar impostos e administrar melhor seus desafios.
- III. A estabilização ambiental e o controle da ocupação territorial na Amazônia, que garantiram um crescimento sustentável na região.

Foi motivo para a emancipação de Rondônia o que se afirma em

- (A) I, II e III.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) III, apenas.

**36**

Com relação aos aspectos físicos da geografia do estado de Rondônia, assinale V para a afirmativa verdadeira e F para a falsa.

- ( ) A maior parte do estado se encontra sobre o Planalto Residual do Guaporé, formação geológica de altitude média.
- ( ) O estado abriga zonas de várzeas fluviais e baixas altitudes, como a Depressão da Amazônia Ocidental.
- ( ) O norte do estado é marcado pela Serra dos Pacaás Novos, cadeia montanhosa elevada que integra um parque nacional.

As afirmativas são, respectivamente,

- (A) F – V – F.
- (B) F – V – V.
- (C) V – F – F.
- (D) V – V – F.
- (E) F – F – V.

**37**

Em 2021, uma menina indígena de Rondônia ganhou notoriedade ao discursar na abertura oficial da Conferência da Cúpula do Clima (COP26), denunciando a ameaça das mudanças climáticas e o papel dos povos indígenas.

Ela é uma liderança do povo

- (A) Suruí.
- (B) Tupari.
- (C) Jabuti.
- (D) Puruborá.
- (E) Wari'.

**38**

Rondônia apresenta uma diversidade ambiental singular, marcada pela interação entre distintas formações naturais.

O bioma de maior território no estado é

- (A) a Amazônia.
- (B) o Cerrado.
- (C) a Mata Atlântica.
- (D) o Pantanal.
- (E) a Caatinga.

**39**

Com relação à Bacia do Rio Madeira, analise os itens a seguir.

- I. É o rio de maior vazão do estado de Rondônia e um dos mais caudalosos do mundo, destacando-se como principal afluente meridional do Rio Amazonas.
- II. Separa Rondônia da Bolívia e atua como principal via de transporte inter-regional, conectando áreas remotas ao sistema logístico da Amazônia.
- III. Abriga os complexos hidrelétricos de Santo Antônio e Jirau, integrantes do Sistema Interligado Nacional, que fornecem energia para várias regiões do Brasil.

Em relação ao Rio Madeira, está correto o que se afirma em

- (A) I, II e III.
- (B) I e II, apenas.
- (C) I e III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) III, apenas.

**40**

Rondônia desempenha papel estratégico em exportações, potencializado por sua localização geográfica privilegiada, aliada a corredores logísticos dinâmicos e uma rede multimodal de transporte.

A principal *commodity* exportada pelo estado é

- (A) a soja.
- (B) a madeira serrada.
- (C) o milho.
- (D) a carne bovina.
- (E) o tabaqui.

## Conhecimentos Específicos

### Analista em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) – Classe A

41

Chris Anderson é o autor da Teoria da Cauda Longa, que propõe que

- (A) embora nenhum dos nichos venda grandes quantidades, são tantos os produtos de nicho que, como um todo, podem compor um mercado capaz de rivalizar com o dos hits.
- (B) os hits deixaram de existir a partir da popularização dos mercados de nicho, que hoje representam 100% da publicidade online.
- (C) para atingir os mercados de nicho, os custos de publicidade são crescentes, assim como os de manutenção de estoques e de distribuição de produtos personalizados.
- (D) os *e-commerces* seguem reconfigurando a economia de varejo, diminuindo a variedade de produtos ofertados de modo a concentrar a demanda em torno dos hits.
- (E) a oferta de maior variedade de produtos é suficiente para deslocar a demanda, logo a publicidade online e buscadores mais eficazes pouco impactam no alongamento da curva de demanda.

42

A habilidade para a redação de textos curtos é requisito para construção de *slogans* que integram a história da Publicidade e permanecem na memória dos consumidores, como os listados abaixo:

1. Tem 1001 utilidades;
2. Não tem comparação;
3. Uma boa ideia;
4. Eu sou você amanhã;
5. Você conhece, você confia;
6. Energia que dá gosto;
7. Amo muito tudo isso.

Correlacione os slogans às marcas ou produtos aos quais se referem

- ( ) Volkswagen;
- ( ) Vodka Orloff;
- ( ) Caninha 51;
- ( ) McDonald's;
- ( ) Brastemp;
- ( ) Bombril;
- ( ) Nescau.

Assinale a alternativa que combina os slogans com as respectivas marcas ou produtos na ordem correta.

- (A) 2 – 1 – 4 – 6 – 5 – 3 – 7.
- (B) 5 – 4 – 3 – 7 – 2 – 1 – 6.
- (C) 2 – 3 – 4 – 5 – 1 – 7 – 6.
- (D) 5 – 4 – 7 – 6 – 2 – 1 – 3.
- (E) 3 – 4 – 6 – 7 – 1 – 5 – 2.

43

Um recurso que, em geral, está presente em *landing pages* ou mídias sociais com objetivo de estimular o usuário a clicar para realizar alguma ação como, por exemplo, saber mais, fazer *download*, acessar conteúdo ou visitar página, é conhecido como

- (A) CPC.
- (B) CPA.
- (C) CTA.
- (D) CAC.
- (E) CTR.

44

O mercado publicitário costuma utilizar o termo *briefing* em situações diferenciadas. Sobre essas situações, avalie as afirmativas a seguir:

- I. O *briefing* pode ser o primeiro e grande instrumento de aculturação de uma agência ou de um time de profissionais de comunicação para compreenderem uma marca, uma empresa e seus produtos.
- II. O *briefing* pode ser um instrumento de atualização de novidades e de facetas estratégicas que a empresa, que já é atendida pela agência, pretende alcançar.
- III. O *briefing* pode ser um instrumento elaborado pelo cliente, para que ele possa validar as estratégias de campanha e aprovar formalmente as peças publicitárias para veiculação.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

45

O tipo de campanha que geralmente reduz o esforço de mídia em comparação ao de outras modalidades e se destina a “manter presente nos veículos de mídia a propaganda de um produto ou serviço já existente no mercado (...). de modo a manter a imagem viva e presente, garantindo o canal aberto entre o anunciante e o consumidor” (SANT’ANNA et al., 2016, adaptado) é denominada campanha

- (A) promocional.
- (B) institucional.
- (C) de relançamento.
- (D) de vendas.
- (E) de sustentação.

46

Observe a imagem abaixo. Sua veiculação foi acompanhada pelo seguinte texto: “Reforço vindo de Paris! Se Alessandra Ambrósio apareceu com a camisa do Tricolor na Paris Fashion Week, todo mundo tá liberado pra usar o manto onde quiser”.



Ela motivou a abertura de um processo, por iniciativa própria do Conar – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que terminou com a recomendação de alteração em mensagens publicadas no perfil da Brahma. A decisão do Conar está embasada no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária que prevê o impedimento

- (A) da exposição de modelos como objeto sexual, associando claramente o consumo da bebida alcoólica ao aumento de seu poder de sedução.
- (B) da associação entre o consumo de bebidas alcoólicas e o sucesso no mercado da moda e do esporte.
- (C) de qualquer veiculação da marca de bebida alcoólica sem a cláusula de advertência, que deveria constar na camisa usada pela modelo.
- (D) do uso de imagens que sugiram o consumo de bebidas alcoólicas como sinal de maturidade de jovens e adultos e consequente sucesso profissional.
- (E) do uso de uniforme de esporte olímpico como suporte à divulgação de marca de bebida alcoólica.

47

Mashall McLuhan (1964) afirma que “Dispondo de grandes verbas, os artistas comerciais passaram a desenvolver o anúncio como um ícone – e os ícones não são fragmentos ou aspectos especializados, mas imagens comprimidas e unificadas da natureza complexa. Focalizam uma grande área da experiência dentro de limites reduzidos” e acrescenta que a “indústria da publicidade é uma grosseira tentativa de estender os princípios da automação a todos os aspectos da sociedade”.

Além de criticar a publicidade o autor é considerado, por muitos, um visionário ao propor o conceito de

- (A) *Agenda Setting* e considerar que os meios de comunicação de massa são capazes de agendar os temas discutidos coletivamente.
- (B) Agulha Hipodérmica e considerar que os meios de comunicação de massa manipulam a opinião pública.
- (C) Indústria Cultural e considerar que meios de comunicação de massa são capazes de alienar a sociedade.
- (D) Aldeia Global e considerar que os meios de comunicação são extensões do homem.
- (E) Cibercultura e considerar o mundo virtual é uma potência do mundo real.

48

Leia a definição de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) proposta por ROCHA e TREVISAN (2019):

“processo sistemático de planejamento estratégico de comunicação, avalizado e apoiado pelas lideranças organizacionais, cujo objetivo é articular e alinhar o conjunto de esforços de comunicação da organização com foco em agregar valor à sua marca, consolidando sua imagem e reputação junto aos diversos públicos de interesse, visando ao melhor uso dos recursos humanos e financeiros e alcançando o melhor retorno sobre o investimento em comunicação”.

Para execução do planejamento devem ser consideradas as seguintes áreas, **a exceção de uma**. Assinale-a.

- (A) Comunicação Interna.
- (B) Comunicação Dirigida.
- (C) Comunicação Mercadológica.
- (D) Comunicação Institucional.
- (E) Comunicação Administrativa.

49

Leia o texto abaixo sobre o planejamento de comunicação integrada:

“O planejamento de comunicação integrada é um processo que permite ao profissional estabelecer uma visão estratégica da comunicação para o negócio da organização. Ela tem em sua base três pilares: mensagens preferenciais (missão, visão e valores organizacionais), conhecimento e priorização dos públicos de interesse e visão integrada das ferramentas de comunicação. O planejamento contribui para construção de diferencial competitivo, gestão da imagem e reputação organizacionais e alcance de retorno sobre investimento”

(ROCHA e TREVISAN, 2019)”

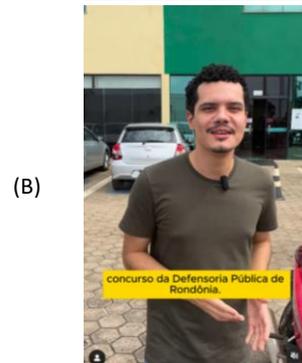
Quando no site oficial da Defensoria Pública do Estado de Rondônia, a organização enuncia que pretende “Consolidar-se como instituição de referência para a efetividade do acesso à justiça”, essa frase corresponde à(ao)

- (A) reputação e a imagem da instituição em Rondônia.
- (B) missão de qualquer da Defensoria Pública.
- (C) visão da Defensoria Pública do Estado de Rondônia.
- (D) integração entre as ferramentas de comunicação.
- (E) alcance de retorno sobre o investimento em comunicação.

50

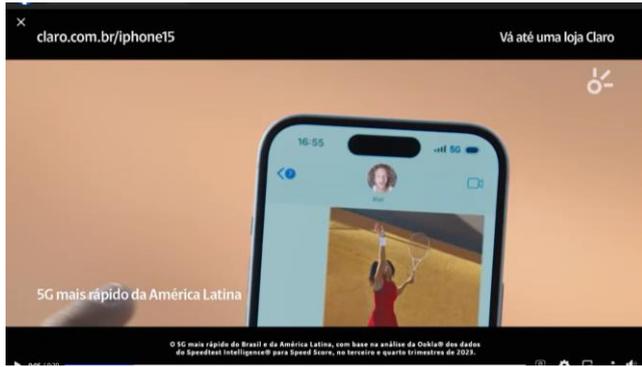
Para execução de um bom planejamento estratégico, que embasará o publicitário é necessário identificar a missão, visão e valores do cliente.

Entre os valores enunciados pela Defensoria Pública do Estado de Rondônia em seu site institucional está “Inclusão e respeito”. Entre as peças abaixo, publicadas no perfil do Instagram da Defensoria, identifique a que trata especificamente desse valor.



51

Observe a imagem abaixo:



Ela é uma das cenas do filme “Competição iPhone 15”, que mostra a disputa entre dois homens compartilhando, em seus celulares, fotos das mulheres que jogavam uma partida de tênis. A peça publicitária, veiculada pela Claro, teve alterações recomendadas pelo Conar – Conselho de Autorregulamentação Publicitária, que considerou que

- (A) o estímulo ao espírito competitivo poderia ser danoso tanto para o iPhone quanto para a Claro.
- (B) a campanha podia contribuir para reforçar estereótipos sexistas.
- (C) a qualidade das fotos compartilhadas não correspondia às que o novo modelo do telefone era capaz de gerar.
- (D) a execução das fotos de esportes por espectadores era depreciativa à atividade profissional dos fotojornalistas.
- (E) havia um descompasso entre o público do tênis como esporte e o *target* da campanha.

52

Para criar uma *brand persona*, é preciso entender os valores e práticas da empresa e trazer isso como características do personagem, que torna a relação com o consumidor mais humanizada. Observe os três exemplos de *brand persona* a seguir:

1.



2.



3.



Eles se relacionam, respectivamente com as empresas

- (A) Natura; Americanas; Riachuelo.
- (B) Boticário; Ponto e Americanas.
- (C) Avon; Americanas; Ponto.
- (D) Boticário; Magalu e Casas Bahia.
- (E) Natura; Magalu e Casas Bahia.

53

Em 2018, foi lançado o primeiro anúncio cujo roteiro foi escrito integralmente por uma IA, que recebeu informações a partir de vários textos de propaganda de produtos de luxo que haviam sido premiados nos 15 anos anteriores, bem como informações sobre o comportamento do consumidor e a forma como as pessoas tomam decisões de compra. A partir desses *inputs*, a IA gerou um roteiro pronto para ser produzido, justificando com referências praticamente todas as decisões propostas em cada linha do texto. O produto anunciado e a IA utilizada nesse momento marcante para a publicidade foram respectivamente

- (A) Baton Rouge Dior Forever e a IA Steve.
- (B) Carro Aventador, da Lamborghini e a IA Eliza.
- (C) Perfume Fétiche l'Iris, da Louboutin Beauty e a IA Jasper.
- (D) Carro Ferrari Monza e IA Claude.
- (E) Carro Lexus ES e a IA Watson.

54

Observe os seguintes exemplos de títulos publicitários

1. Inglês fluente em seis meses ou seu dinheiro de volta;
2. Neste carnaval, use camisinha!;
3. Aposto que você não consegue comer um só;
4. Novos sabores para refrescar seu verão.

Correlacione-os com a tipologia de títulos publicitários

- ( ) informativo.  
 ( ) provocativo.  
 ( ) Imperativo.  
 ( ) Chamada de benefícios.

Assinale a opção que apresenta a correspondência correta, na ordem dada.

- (A) 4 – 2 – 3 – 1.  
 (B) 4 – 3 – 2 – 1.  
 (C) 1 – 3 – 2 – 4.  
 (D) 1 – 4 – 3 – 2.  
 (E) 2 – 4 – 3 – 1.

55

Leia o texto abaixo sobre as características dos meios eletrônicos:

O meio eletrônico é selecionado para uma campanha em virtude de suas qualidades positivas. As características negativas devem ser contornadas. A TV aberta é \_\_\_\_\_ seletiva, por isso a mensagem precisa ser \_\_\_\_\_ abrangente. Seu custo de inserção é \_\_\_\_\_. O anúncio em rádio tem \_\_\_\_\_, por isso precisa ser forte e impactante para chamar a atenção logo “de cara”. (...) Cada meio e veículo de comunicação tem aspectos positivos e negativos, por isso que, ao desenvolver uma campanha publicitária, os planejadores tratam de selecionar um \_\_\_\_\_, que é o conjunto de meios e veículos que será utilizado em uma campanha, através do qual os anunciantes tentam assegurar que sua mensagem será vista e compreendida pelo público-alvo. O número de vezes que as pessoas veem um determinado anúncio é chamado de \_\_\_\_\_.

(GALHARDI e TREVISAN, 2020, adaptado).

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas do texto acima

- (A) relativamente; bastante; justo; vida longa; composto de marketing; CPP.  
 (B) muito; pouco; alto; muitos recursos; *marketshare*, taxa de impressão.  
 (C) pouco; muito; baixo; baixa atratividade; *mix de marketing*; alcance de mídia.  
 (D) mais; menos; atraente; poucos recursos; composto de mídia; GRP.  
 (E) menos; mais; elevado; vida curta; mix de mídia; frequência de exposição.

56

A Instrução Normativa nº 004/2021-GAB/DPERO, seguindo os princípios éticos da comunicação, organiza e define as atribuições e estabelece os procedimentos operacionais relativos à área da Comunicação Institucional no âmbito da Defensoria Pública do Estado de Rondônia. Segundo o documento, a elaboração de matérias, campanhas e peças de comunicação deve seguir as seguintes diretrizes, **a exceção** de uma. Assinale-a.

- (A) Respeitar os direitos autorais.  
 (B) Atentar-se para o uso de imagens a fim de evitar preconceitos sociais e afronta à dignidade humana, em especial de crianças, adolescentes e idosos.  
 (C) Evitar o uso da linguagem jurídica, seja técnica ou excessivamente formal, para que os conteúdos sejam compreensíveis para os cidadãos.  
 (D) Estimular publicidade que caracterize promoção pessoal de membros, servidores e quaisquer colaboradores da Defensoria Pública do Estado de Rondônia.  
 (E) Respeitar a aplicação da logomarca da instituição e manual de identidade visual, quando houver.

57

Para identificar o sucesso (ou não) do planejamento em publicidade é necessário medir os resultados. Mas, segundo ROCHA e TREVISAN (2019), “[a]ntes de pensar em métricas, é importante compreender quais são os aspectos mensuráveis da comunicação, que são divididos em eficácia, eficiência e efetividade”.

As métricas de eficiência

- (A) compreendem avaliação contínua e sistemática de dados internos ou externos à organização, que permitem comparativos e históricos antes e depois de uma determinada ação de comunicação.  
 (B) apoiam-se em avaliações qualitativas dos meios de comunicação utilizados, da mensagem elaborada e veiculada, da adequação do meio ao público de interesse, da adequação da mensagem e da recepção pelo público de interesse.  
 (C) Podem usar indicadores como *share of mind*, participação no mercado e taxa de produtividade, desde que avaliados antes e depois da ação de comunicação.  
 (D) envolvem dados passíveis de serem medidos de forma quantitativa através de índices obtidos por meio da aplicação de pesquisas estilo *focus group*.  
 (E) Envolvem a medição dos “shares”: *ofvoice, ofmind, ofheart, ofpower, ofmarket*; resultados de pesquisa de *recall* e apuração dos índices econômicos, financeiros e patrimoniais.

58

O autor Conrado Adolpho em seu *Guia Estratégico de Marketing Digital* propõe uma metodologia que envolve não apenas os tradicionais 4 Ps de Marketing, mas um processo circular, composto por 8 Ps, que começa e termina no consumidor.

Os Ps inicial e final desse processo são respectivamente

- (A) Pesquisa e Precisão.  
 (B) Planejamento e Personalização.  
 (C) Pesquisa e Promoção.  
 (D) Produção e Personalização.  
 (E) Planejamento e Propagação.

59

Embora a maior parte das organizações adote estratégias híbridas, David Aaker (2015) pontua que “uma questão fundamental de estratégia de portfólio é como desenvolver uma marca para uma nova oferta adquirida ou desenvolvida internamente ou como criar uma nova marca para uma oferta existente”. Didaticamente, ele propôs quatro opções posicionadas ao longo de um espectro de relacionamento de marca, a saber: 1. nova marca; 2. marca endossada; 3. submarca e 4. marca mestre.

Ao escolher terceira opção, a nova oferta

- (A) será vendida sob uma marca mestre existente, somada a um descritor, de função motivadora mínima ou inexistente, garantindo a função motivadora dominante à marca mestre;
- (B) precisa ter personalidade idêntica à marca mestre, mas tem mais liberdade de ação do que uma marca endossada;
- (C) pode ampliar o escopo da marca mestre, permitindo que ela concorra em áreas nas quais não seria apropriada;
- (D) tem como função principal dar credibilidade e assegurar que haja o cumprimento da promessa da marca mestre, da qual é completamente independente;
- (E) liberta-se das restrições geradas pela associação com a marca mestre que, além inúteis, poderiam ser nocivas à proposta de valor e direta ligação com o novo cliente de nicho.

60

Há tempos, o publicitário e professor Francisco Gracioso já escrevia “[c]omo em qualquer outro tipo de comunicação institucional, as campanhas que enfatizam a ecologia devem apoiar-se em fatores concretos”.

Hoje, para designar a falsa promoção de discursos, anúncios ou campanhas com características ecológicas ou ambientalmente responsáveis ou inclusivas, mas que, na prática, não são realizadas pela empresa, usamos o termo ou expressão

- (A) *ecobranding*.
- (B) marketing verde.
- (C) *greenwashing*.
- (D) marketing sustentável.
- (E) *Wastewashing*.

61

O *remarketing* e o *retargeting* são estratégias que apesar de diferenciadas, às vezes são confundidas.

Uma ação que caracteriza o *remarketing* é

- (A) o recebimento de um email convidando um cliente, que já entrou no site, navegou pelas páginas e abandonou os itens selecionados no carrinho, a concluir o seu pedido.
- (B) a visualização de anúncios segmentados aos usuários que já interagiram com a marca, seja no site ou em outros canais diversos, como ferramentas de busca, sites parceiros e redes sociais.
- (C) a visualização de ofertas exclusivas a partir de cadastramento espontâneo em programas de fidelidade da marca anunciante.
- (D) a criação de públicos frios, ou seja, que não tiveram contato com a marca do anunciante, a partir de públicos quentes, que são pessoas que já interagiram com ela.
- (E) oferta de recompensa, um ebook por exemplo, a partir do preenchimento compulsório de dados pessoais e de interesses de consumo em uma *landing page*.

62

Recentemente, Kotler, Kartajaya e Setiawan lançaram o conceito de Marketing 6.0 em mais um livro da série Marketing X.0, que explora as mudanças no cenário de negócios e como estas alterariam o modo de profissionais de marketing abordarem o próprio *marketing*. Sobre as eras do *marketing*, avalie as afirmativas a seguir.

- I. O Marketing 6.0 propõe uma abordagem de marketing que transcende as fronteiras entre os mundos físico e digital, proporcionando uma experiência imersiva;
- II. O Marketing 5.0 está centrado no produto que, além da qualidade, deve demonstrar seu alinhamento com os ideais de sustentabilidade;
- III. O Marketing 4.0 está centrado no cliente, visto como um ser multifacetado, que faz suas escolhas de compra baseando-se fundamentalmente nos diferenciais de qualidade de cada produto.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

63

A internet é o meio principal para algumas campanhas publicitárias de muitos produtos, serviços e marcas. Sobre a publicidade online avalie as afirmativas a seguir:

- I. O planejamento estratégico de mídias digitais e sociais deve considerar as possibilidades de interação, conexão e integração entre as mídias paga, espontânea e próprias do cliente-anunciante;
- II. um dos pontos positivos das mídias digitais e sociais é a sua flexibilidade, agilidade e rapidez na colocação, troca ou suspensão de campanhas publicitárias, pois tudo pode ocorrer em questão de minutos;
- III. entre os pontos negativos das mídias digitais e sociais estão os seus altos custos de produção e veiculação e baixa capacidade de segmentação de público em termos demográficos e comportamentais.

Está correto o que se afirma em

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) I e II, apenas.
- (E) I, II e III.

64

Os caracteres tipográficos podem ser classificados por seus estilos e sua evolução.

São exemplos de Estilo Antigo, Estilo Transicional e Estilo Moderno e respectivamente

- (A) Garamond, Baskerville e Bodoni.
- (B) Century Gothic, Arial e Shelley Script.
- (C) Walbaum, Calibri e Futura.
- (D) Codex, Stencil e Times New Roman.
- (E) Tekton, Caslon e Helvética.

65

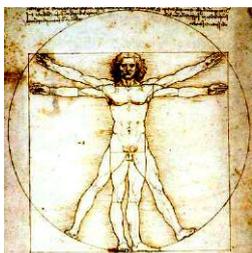
Santaella e Nöth (1998) abordam três momentos marcantes no desenvolvimento da imagem, que denominam de paradigmas da imagem: pré-fotográfico, fotográfico e pós-fotográfico.

Assinale a imagem a seguir que integra o paradigma pós-fotográfico

(A)



(B)



(C)



(D)

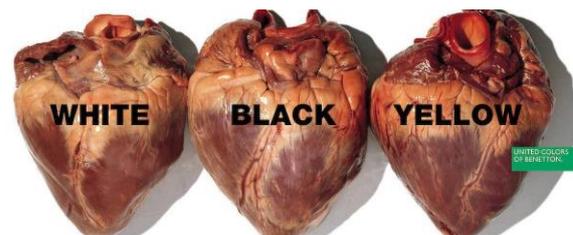


(E)



66

Observe as imagens abaixo:



Elas integram campanhas polêmicas desenvolvidas para a United Collors of Benetton, no fim do século XX, por

- (A) Richard Avedon.
- (B) Gian Paolo Barbieri.
- (C) Mário Testino.
- (D) Oliviero Toscani.
- (E) David LaChapelle.

67

O quadratim é um espaço tipográfico quadrado, de base horizontal, igual à altura do corpo do tipo.

No sistema anglo-americano, o quadratim é denominado

- (A) duplo vê.
- (B) eme.
- (C) ene.
- (D) meio delta.
- (E) phi.

68

Leia o texto abaixo:

Os desafios enfrentados pela publicidade são agravados com a lógica *on demand* da cultura digital, na qual novos hábitos de consumo alteram o modo interruptivo da publicidade, que nas mídias digitais pode ser facilmente suprimida, como mensagens no *pre-roll* de vídeos no YouTube, ou até mesmo não existir, como no modelo de negócios da Netflix. Além disso, o público tem adotado como prática a utilização de recursos para bloquear a publicidade nos meios digitais, como *firewalls*, *ads cleaners* e também *ad blockers* nas versões de aplicativos para dispositivos móveis e de extensões para navegadores na internet. Nesse cenário, permeado por diversas transformações, emergem as práticas de *branded content*... (AZEVEDO; ALVES e VASCONCELOS, 2018)

Sobre as práticas de *branded content* é correto afirmar que

- (A) caracterizam-se pela inserção da marca programas de entretenimento, para trazer o apelo direto à venda em meio a trama e escapar dos *firewalls*, *ads cleaners* e *ad blockers*.
- (B) reforçam as fronteiras entre informação, publicidade e entretenimento para que a relação entre as marcas e seus consumidores seja mais transparente.
- (C) como a publicidade tradicional, nos meios de comunicação de massa, os *branded contents* interrompem a experiência do público, mas reforçam o apelo à venda de modo divertido.
- (D) buscam oferecer experiências positivas e gerar vínculos emocionais entre as marcas e seus consumidores aproximando informação, publicidade e entretenimento.
- (E) são produzidos por *bots* programados para interagir com os consumidores nas plataformas que apresentam bloqueios à publicidade convencional.

69

Imagine a seguinte situação característica do dinamismo, da interatividade, do compartilhamento e da colaboração, próprios da internet:

1. Uma marca anunciante compra um espaço de propaganda no YouTube, com um vídeo de um minuto.
2. O vídeo é disponibilizado na página da empresa na web.
3. Devido a sua mensagem impactante e qualidade de produção, o vídeo viraliza e passa a ser compartilhado, receber menções, respostas e recomendações por toda a web e mídias sociais.

Essas situações refletem respectivamente as situações de

- (A) mídia paga, mídia própria e mídia adquirida.
- (B) mídia adquirida, mídia impulsionada e mídia pertencente.
- (C) mídia própria, mídia adquirida e mídia espontânea.
- (D) mídia paga, mídia orgânica e mídia própria.
- (E) mídia adquirida, mídia própria e mídia viral.

70

O “[...] anúncio usado no lançamento de um produto ou uma inovação num produto conhecido, sem trazer o nome do produto ou do anunciante, com o fim de despertar a curiosidade para os anúncios detalhados que irão se seguir” (SILVA, 2005) é um (a)

- (A) *plot twist*.
- (B) *teaser*.
- (C) *jingle*.
- (D) *lead*.
- (E) *prospect*.

## Prova Discursiva

1

Leia os destaques de matéria publicada pela agência de notícias do IBGE:

Pessoas com deficiência têm menor acesso à educação, ao trabalho e à renda

Editoria: Estatísticas Sociais | Irene Gomes | Arte: Brisa Gil

07/07/2023 10h00 | Atualizado em 16/08/2024 17h10

Destaques

- Cerca de 18,6 milhões de pessoas de 2 anos ou mais de idade do país (ou 8,9% desse grupo etário) tinham algum tipo de deficiência. Os dados são do módulo Pessoas com deficiência, da Pnad Contínua 2022.
- Em 2022, 47,2% das pessoas com deficiência tinham 60 anos ou mais de idade. Entre as pessoas sem deficiência, apenas 12,5% estavam nesse grupo etário.
- No terceiro trimestre de 2022, a taxa de analfabetismo para as pessoas com deficiência foi de 19,5%, enquanto entre as pessoas sem deficiência essa taxa foi de 4,1%.
- Apenas 25,6% das pessoas com deficiência tinham concluído pelo menos o Ensino Médio, enquanto 57,3% das pessoas sem deficiência tinham esse nível de instrução.
- A taxa de participação na força de trabalho das pessoas sem deficiência foi de 66,4%, enquanto entre as pessoas com deficiência essa taxa era de apenas 29,2%. A desigualdade persiste mesmo entre as pessoas com nível superior: nesse caso, a taxa de participação foi de 54,7% para pessoas com deficiência e 84,2% para as sem deficiência.
- O nível de ocupação das pessoas com deficiência foi de 26,6%, menos da metade do percentual encontrado para as pessoas sem deficiência (60,7%).
- Cerca de 55,0% das pessoas com deficiência que trabalhavam estavam na informalidade, enquanto para as pessoas ocupadas sem deficiência esse percentual foi de 38,7%.
- O rendimento médio real habitualmente recebido pelas pessoas ocupadas com deficiência foi de R\$1.860, enquanto o rendimento das pessoas ocupadas sem deficiência era de R\$ 2.690.

Fonte: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37317-pessoas-com-deficiencia-tem-menor-acesso-a-educacao-ao-trabalho-e-a-renda>

No sentido de criar mais visibilidade à luta pela inclusão de pessoas com deficiência, foi criado do SETEMBRO VERDE. Sobre essa iniciativa, leia o texto publicado no Portal Terra, em 2022.

“Você já ouviu falar em Setembro Verde?”

Campanha reforça a importância da acessibilidade e da inclusão da pessoa com deficiência

Por Nathalia Santos

De uns anos para cá, temos visto muita coisa relacionada a diferentes campanhas que são realizadas ao longo do ano, inclusive o Setembro Amarelo, mas será que você sabe o que significa o Setembro Verde? É o mês dedicado à inclusão social de pessoas com deficiência.

O objetivo principal dessa campanha é reforçar a importância do Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência, comemorado no dia 21 de setembro, então, o mês de setembro inteiro ficou dedicado à campanha Setembro Verde. Por isso, é um mês em que devemos reforçar a nossa luta por direitos e por mais inclusão, visto que muitos dos nossos direitos básicos ainda são ignorados.

Já falamos aqui nesta coluna sobre as dificuldades em relação a esses direitos básicos, no acesso à saúde, educação, mercado de trabalho e lazer. Esses fatores ligados à intolerância e o preconceito podem gerar, na pessoa com deficiência, muitos traumas, crises de ansiedade, depressão e até mesmo um complexo de inferioridade diante da sociedade. Sendo assim, quando falamos em Setembro Verde, também estamos falando de Setembro Amarelo, pois o cuidado com a saúde mental também deve ser prioridade no cuidado à causa PCD (...)

Fonte: [https://www.terra.com.br/nos/opiniao/nathalia-santos/voce-ja-ouviu-falar-em-setembro-verde,b5dc1d23f65fdc7992ac9ff522246216mjo3sx1.html?utm\\_source=clipboard](https://www.terra.com.br/nos/opiniao/nathalia-santos/voce-ja-ouviu-falar-em-setembro-verde,b5dc1d23f65fdc7992ac9ff522246216mjo3sx1.html?utm_source=clipboard)

Com base nas informações fornecidas e em seus conhecimentos sobre a comunicação da Defensoria Pública de Rondônia em seus perfis em redes sociais, elabore, em um total de 20 a 30 linhas:

1. O slogan para a campanha sobre inclusão de pessoas com deficiência a ser veiculada durante o mês de setembro de 2025. O slogan deve obrigatoriamente citar a Defensoria Pública de Rondônia;
2. Um *briefing* conciso da campanha sobre o mesmo tema a ser veiculada nas redes sociais mantidas pela DPE-RO, com os seguintes itens: Linhas gerais da campanha; objetivos; público-alvo; estratégias de veiculação e critérios de avaliação do sucesso da campanha;
3. Uma sugestão de postagem temática sobre inclusão de pessoas com deficiência, estilo carrossel, que envolva imagens estáticas e, pelo menos dois vídeos para o Instagram, com recursos que garantam a acessibilidade comunicacional.

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

Realização

