



# PROFISSIONAL

## ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

NOME DO CANDIDATO

INSCRIÇÃO

Nível

**SUPERIOR**

Turno

**TARDE**

**PROVA**

**01**

Na Folha de Respostas,  
no local indicado,  
lembre-se de preencher o  
Número da Prova.



**instituto  
aacp**

Fraudar ou tentar fraudar  
Concursos Públicos é Crime!  
Previsto no art. 311 - A do  
Código Penal

### Sobre o material recebido pelo candidato

- ✓ Além deste Caderno de Questões com **cinquenta questões objetivas**, você receberá do fiscal de sala a Folha de Respostas.
- ✓ Confira seu nome, o número do seu documento e o número de sua inscrição em todos os documentos entregues pelo fiscal. Além disso, não se esqueça de conferir seu Caderno de Questões quanto a falhas de impressão e de numeração e se o cargo/especialidade corresponde àquele para o qual você se inscreveu.
- ✓ O não cumprimento a qualquer uma das determinações constantes em Edital, no presente Caderno e na Folha de Respostas incorrerá na eliminação do candidato.

### Sobre o material a ser devolvido pelo candidato

- ✓ O único documento válido para avaliação é a Folha de Respostas.
- ✓ Na Folha de Respostas, preencha o campo destinado à assinatura. As respostas das questões objetivas devem ser preenchidas da seguinte maneira: ●
- ✓ Na Folha de Respostas, só é permitido o uso de caneta esferográfica transparente de cor azul ou preta. Esse documento deve ser devolvido ao fiscal na saída, devidamente preenchido e assinado.

### Sobre a duração da prova e a permanência na sala

- ✓ O prazo de realização da prova é de 04 (quatro) horas, incluindo a marcação da Folha de Respostas.
- ✓ Após 60 (sessenta) minutos do início da prova, o candidato estará liberado para utilizar o sanitário ou deixar definitivamente o local de aplicação, não podendo, no entanto, levar o Caderno de Questões e nenhum tipo de anotação de suas respostas.
- ✓ O candidato poderá levar consigo o Caderno de Questões somente se aguardar em sala até o término do prazo de realização da prova estabelecido em Edital.
- ✓ Os três últimos candidatos só poderão retirar-se da sala juntos, após assinatura do Termo de Fechamento do Envelope de Retorno.

### Sobre a divulgação dos Cadernos de Questões e os Gabaritos

- ✓ Os Cadernos de Questões e os Gabaritos preliminares estarão disponíveis no site do **Instituto AACP** no endereço eletrônico [www.institutoaocp.org.br](http://www.institutoaocp.org.br), conforme previsto em Edital.

## Língua Portuguesa

### Texto 1

#### Gemini: novo chat de voz por IA do Google funciona como assistente pessoal

13/08/2024 15h55

O Google anunciou nesta terça-feira, 13, em Mountain View, na Califórnia, a chegada do Gemini Live, ferramenta de inteligência artificial (IA) que vai funcionar como um assistente de voz por todo o ecossistema de produtos da empresa no celular. A apresentação foi feita durante o Made by Google 2024, evento em que a companhia apresenta suas maiores novidades e lançamentos e dispositivos.

Entre os novos produtos do Google, o que se destacou foram as novas atualizações - que foram testadas ao vivo e falharam algumas vezes - para a Gemini, a inteligência artificial (IA) da marca. O evento também marcou a chegada da nova linha de celulares Pixel 9, que não estarão disponíveis no Brasil.

A maior novidade do Gemini é que, agora, a IA vai além do texto e interligará todo o celular, com dados de agenda, calendário, fotos e mais. O Gemini Live, uma espécie de chat de voz ao vivo, funciona como uma assistente pessoal - uma versão melhorada e mais inteligente do Google Assistente, que perdeu o suporte a várias funções em janeiro deste ano. Com 10 opções de vozes - muito fluidas e realmente parecida com a de humanos - é possível "conversar" com a IA e, até mesmo, interrompê-la sem precisar apertar botões.

Além disso, a IA terá acesso a aplicativos do celular, como Google Fotos, calendário e e-mail, integrando os serviços sempre que o usuário fizer um pedido pelo chat de voz, que vai funcionar com o aplicativo do Gemini. Por exemplo, o usuário pode tirar foto de um cartaz com datas de uma turnê de um artista e perguntar ao Gemini se, no dia do show, já possui algum compromisso marcado no calendário.

O recurso, demonstrado ao vivo pela empresa durante o evento, funcionou, mas não sem engasgar: foi preciso três tentativas para que o Gemini entendesse que era preciso cruzar os dados do cartaz - uma turnê da cantora pop Sabrina Carpenter - com o calendário do usuário no celular.

Outro novo recurso é que, ao assistir um vídeo no YouTube, por exemplo, o usuário poderá pedir para a IA descrever o que está acontecendo no vídeo ou, até mesmo, listar os itens que aparecem na tela.

O usuário também vai poder pedir para que o Gemini crie uma playlist específica, apenas sugerindo a finalidade e o tipo de música que deseja ouvir. O exemplo dado no evento foi para que a assistente pessoal criasse uma playlist para caminhar na cidade de Seul.

O Gemini também contará com recursos parecidos com os dos chatbots, como pedir para que a assistente escreva e-mails, rascunhos ou mensagens. O recurso, como o ajude-me a escrever no e-mail e no Google Docs, por exemplo, já está disponível em português no Brasil.

Por enquanto, os recursos estão disponíveis para assinantes do Gemini Advanced. Segundo o Google, as novas funções estão prontas e poderão ser encontradas em aparelhos Samsung e Pixel ainda nesta terça-feira. Outros smartphones de sistema Android devem receber as atualizações nas próximas semanas.

Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2024/08/13/gemini-novo-chat-de-voz-por-ia-do-google-funciona-come-assistente-pessoal.htm>. Acesso em: 15 ago. 2024.

### 1

Após a leitura e interpretação, é correto afirmar que o Texto 1

- (A) apresenta informações sobre o lançamento do Gemini Live do Google.
- (B) revela informações sobre o cancelamento do Gemini Life do Google.
- (C) aborda a estreia do Google Assistente, uma tecnologia de IA desenvolvida pela Microsoft.
- (D) discute a introdução do Google Assistente, uma ferramenta de IA criada pelo Gemini Advance.
- (E) trata do lançamento do Gemini Advance, uma solução de inteligência artificial do Google.

### 2

De acordo com as informações presentes no Texto 1, é correto afirmar que

- (A) os recursos oferecidos aos assinantes do Gemini Offline incluem a interação por voz com a IA, a capacidade de acessar aplicativos no celular etc.
- (B) os assinantes do Gemini Advanced têm acesso a recursos como interação por voz com a IA, integração com serviços do celular etc.
- (C) os recursos disponíveis para os assinantes do Google Assistente incluem a capacidade de interagir com a IA por voz, acessar aplicativos do celular etc.
- (D) os assinantes do Mountain View têm à disposição funcionalidades que permitem a interação por voz com IA, o acesso a aplicativos no celular etc.
- (E) os usuários do Google Fotos podem utilizar recursos que permitem a comunicação por voz com a IA, além de acessar aplicativos móveis etc.

3

Qual é o gênero textual do Texto 1?

- (A) Artigo de opinião.
- (B) Crônica.
- (C) Reportagem.
- (D) Resenha.
- (E) Entrevista.

4

Assinale a alternativa que apresenta, entre parênteses, o sentido expresso pelo termo destacado.

- (A) “Por exemplo, o usuário pode tirar foto de um cartaz com datas de uma turnê de um artista e perguntar ao Gemini se [...]” (Conclusão).
- (B) “Por enquanto, os recursos estão disponíveis para assinantes do Gemini Advanced.” (Oposição).
- (C) “O recurso, demonstrado ao vivo pela empresa durante o evento, funcionou, mas não sem engasgar [...]” (Concessão).
- (D) “Além disso, a IA terá acesso a aplicativos do celular, como Google Fotos [...]” (Adição).
- (E) “[...] no dia do show, já possui algum compromisso marcado no calendário.” (Intensidade).

5

No título “Gemini: novo chat de voz por IA do Google funciona como assistente pessoal”, o sinal gráfico dois-pontos (:) foi utilizado

- (A) para introduzir uma explicação sobre as funções do Gemini.
- (B) como um recurso versátil que foi utilizado para introduzir um exemplo sobre o Google Advance.
- (C) como um importante recurso que funcionou para enumerar as funções do Gemini.
- (D) para elencar elementos dialógicos no texto.
- (E) para a clareza, por que separa, em dois temas, os assuntos abordados.

6

Em “Com 10 opções de vozes - muito fluidas e realmente parecida com a de humanos [...]”, o termo em destaque é utilizado no sentido de

- (A) turbidez.
- (B) volume.
- (C) rigidez.
- (D) naturalidade.
- (E) contraste.

7

Em “O evento também marcou a chegada da nova linha de celulares Pixel 9, que não estarão disponíveis no Brasil.”, a vírgula foi utilizada para

- (A) enumerar os itens dos celulares da Pixel 9, no evento.
- (B) fornecer uma informação adicional sobre a nova linha de celulares Pixel 9.
- (C) reforçar o contraste da nova linha de celulares Pixel 9.
- (D) adicionar nova informação ao evento sobre a nova linha de celulares Pixel 9.
- (E) restringir as informações sobre a linha de celulares Pixel 9.

8

Em relação ao excerto “O Gemini Live, uma espécie de chat de voz ao vivo, funciona como uma assistente pessoal – uma versão melhorada e mais inteligente do Google Assistente, que perdeu suporte a várias funções em janeiro deste ano.”, assinale a alternativa correta.

- (A) Identifica-se um sujeito composto em “O Gemini Live”, elemento que realiza a ação ou sobre o qual se faz uma afirmação.
- (B) Nota-se um predicado verbal em “funciona como uma assistente pessoal”, de modo a corresponder ao núcleo da oração que expressa o que o sujeito faz ou o estado em que se encontra.
- (C) Observa-se um complemento do verbo (atributo) em “como uma assistente pessoal”, pois completa o sentido, especificando de que maneira o sujeito “funciona”.
- (D) Em “Uma espécie de chat de voz ao vivo”, há um complemento do predicado ao fornecer uma comparação que explica como “O Gemini Live” opera.
- (E) Há um complemento do sujeito em “como uma assistente pessoal”, com uma explicação ou analogia para o funcionamento do sujeito.

9

Em “O recurso, demonstrado ao vivo pela empresa durante o evento, funcionou, mas não sem engasgar: foi preciso três tentativas para que o Gemini entendesse que era preciso cruzar os dados do cartaz.”, referente às relações sintático-semânticas estabelecidas, analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta a(s) correta(s).

- I. A oração principal é “O recurso funcionou, mas não sem engasgar”.
- II. A oração “demonstrado ao vivo pela empresa durante o evento” adiciona uma informação sobre o “recurso”.
- III. A oração “mas não sem engasgar” apresenta um contraste em relação à ideia de que o recurso funcionou.
- IV. O excerto “foi preciso três tentativas para que o Gemini entendesse que era preciso cruzar os dados do cartaz” expressa uma dificuldade que ocorreu durante a demonstração do recurso.

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

10

Sobre a regência do verbo “assistir” em “Outro novo recurso é que, ao assistir um vídeo no YouTube [...]”, analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta a(s) correta(s).

- I. O verbo “assistir” está sendo usado de forma transitiva indireta, ou seja, requer a preposição “a”.
- II. Nesse contexto, o verbo “assistir” significa “ver”, “presenciar” ou “acompanhar” e, portanto, é transitivo direto, exigindo a preposição “a”.
- III. “Assistir a”: indica o ato de ver ou acompanhar algo. É como se estivéssemos presentes em um evento, nesse caso o verbo é intransitivo direto.
- IV. A preposição “a” é necessária para estabelecer a relação correta entre o verbo “assistir” e seu complemento (“um vídeo”), nesse caso o verbo é intransitivo indireto.

- (A) Apenas I.  
(B) Apenas I e II.  
(C) Apenas II e III.  
(D) Apenas III e IV.  
(E) Apenas IV.

## Raciocínio Lógico/Matemático

11

Enquanto realizava uma série de atividades de monitoramento no fornecimento de água de certa unidade, Paulo percebe que dois protocolos de ações programadas, R e M, têm suas execuções sincronizadas, realizando exatamente uma ação por hora (apesar de R ter se iniciado antes). As informações coletadas 18 horas atrás demonstram que a quantidade de ações executadas por R é igual a 200% daquelas executadas por M. Além disso, os dispositivos de Inteligência Artificial, acoplados aos sistemas, apontam que daqui a 9 horas a quantidade de ações executadas por R, será igual a 125% daquelas executadas por M. Considerando que os dados coletados e a Inteligência Artificial estejam certos, qual é o total de ações executadas por R e M (juntos) até o momento da análise?

- (A) 63  
(B) 54  
(C) 45  
(D) 36  
(E) 27

12

Visando obter um ângulo de  $90^\circ$ , um construtor adotou a estratégia de cortar pedaços de vergalhão (ferro de construção) em três pedaços perfeitamente retos, com comprimentos iguais a 15 cm, 20 cm e 25 cm e uni-los pelas suas extremidades, formando um triângulo. Pelos seus conhecimentos de trigonometria, no triângulo retângulo, determine qual outro trio de medidas permitiria determinar um ângulo reto e assinale a alternativa correta.

- (A) 20 cm; 25 cm; 30 cm.  
(B) 15 cm; 25 cm; 35 cm.  
(C) 10 cm; 15 cm; 20 cm.  
(D) 10 cm; 20 cm; 30 cm.  
(E) 10 cm; 24 cm; 26 cm.

**13**

Uma pequena cidade do interior do Paraná, diante de uma série de investimentos no abastecimento e tratamento de água, viu os preços de seus imóveis aumentarem significativamente. Um terreno comprado dia 1º de outubro de 2023 teve uma valorização de 10% em 1º de janeiro de 2024, 8% em 1º de abril de 2024, 9% em 1º de julho de 2024 e, por fim, mais 6% em 1º de outubro de 2024. Após a compra, é correto afirmar que o percentual de valorização nesses 4 períodos

- (A) é menor que 29%.
- (B) está entre 31% e 33%.
- (C) está entre 34% e 36%.
- (D) está entre 37% e 39%.
- (E) é maior que 40%.

**14**

Um dispositivo que controla eventuais interrupções no sistema de abastecimento de água em certa cidade do Paraná tem 85% de chances de funcionar sem falhas. Visando maximizar sua eficiência, um outro dispositivo idêntico ao primeiro é acoplado de tal modo que seu acionamento se dá instantaneamente quando o primeiro apresenta alguma pane. Pode-se afirmar que a probabilidade desse sistema funcionar sem falhas é

- (A) 170%.
- (B) 98,325%.
- (C) 97,75%.
- (D) 92%.
- (E) 85%.

**15**

Exercitando sua criatividade, Antônio idealizou montar a silhueta de uma árvore de natal com pedaços de papel, todos de mesmo formato e tamanho, de modo que 1 papel seria colocado no ponto mais alto (primeira fileira), 3 outros simetricamente dispostos logo abaixo (segunda fileira), 5 outros simetricamente dispostos na fileira de baixo (terceira fileira), e assim por diante, sempre aumentando 2 papéis a cada nova fileira. Sabendo que seu planejamento contava com 20 fileiras, determine a quantidade mínima de papéis que Antônio deve dispor para executar seu projeto e assinale a alternativa correta.

- (A) 390
- (B) 400
- (C) 410
- (D) 420
- (E) 430

**16**

Sabendo que  $f$  é uma função do primeiro grau para a qual  $f(12) = 45$  e  $f(15) = 54$ , então, é correto afirmar que

- (A)  $f(0) = 0$
- (B)  $f(18) = 60$
- (C)  $f(-2) = 16$
- (D)  $f(100) = 100$
- (E)  $f(-4,5) = -4,5$

**17**

Do ponto de vista da lógica, das seguintes proposições:

- P: “Se Paulo não votou e não justificou seu voto, terá que acertar suas contas com a Justiça Eleitoral.”
- Q: “Paulo não terá que acertar suas contas com a Justiça Eleitoral.”

Conclui-se que

- (A) Paulo não votou.
- (B) Paulo votou.
- (C) Paulo não justificou seu voto.
- (D) Paulo justificou seu voto.
- (E) Paulo votou ou Paulo justificou seu voto.

## Conhecimentos Gerais/Atualidades

18

Referente ao pleito eleitoral ocorrido em 2024 para o cargo de Presidente da República na Venezuela, é correto afirmar que

- (A) teve a vitória de Nicolás Maduro, que foi validada por grande parte da comunidade internacional.
- (B) finalizou com a vitória de Delcy Rodríguez, aliada de Nicolás Maduro, mantendo, portanto, o partido de Maduro no poder.
- (C) terminou com a vitória de María Corina Machado, finalizando o período de Nicolás Maduro no poder.
- (D) teve a vitória de Edmundo González (opositor de Nicolás Maduro) que não assumiu o cargo devido a um golpe militar.
- (E) finalizou com a eleição de Nicolás Maduro, para um terceiro mandato, havendo, entretanto, várias denúncias de fraude no processo eleitoral.

19

O episódio histórico denominado “Cerco da Lapa”, ocorrido no Paraná em 1894, estava associado à

- (A) revolta do Vintém.
- (B) revolução Federalista.
- (C) revolução de 1930.
- (D) revolução Farroupilha.
- (E) revolta dos 18 do Forte.

20

Os estados que possuem o rio São Francisco como divisão natural são:

- (A) Paraíba e Ceará.
- (B) Piauí e Maranhão.
- (C) Pernambuco e Paraíba.
- (D) Sergipe e Alagoas.
- (E) Bahia e Minas Gerais.

## Legislação

21

Um servidor da Sanepar, responsável pelo setor de licitações, recebeu um ofício de determinado setor da empresa, requerendo a organização de uma licitação para a contratação de uma pequena obra comum de engenharia. De acordo com a Lei das Estatais (Lei Federal nº 13.303/2016), esse servidor deve responder o ofício explicando que

- (A) a contratação de obras de engenharia requer processo licitatório na modalidade “concorrência”.
- (B) a licitação é dispensável se a referida obra está orçada no valor de até R\$ 100.000,00 (cem mil reais), desde que não se refira a parcelas de uma mesma obra ou serviço ou ainda a obras e serviços de mesma natureza e no mesmo local que possam ser realizadas conjunta e concomitantemente.
- (C) por se tratar de serviços técnicos especializados, referida obra de engenharia poderá ser contratada diretamente, com profissionais ou empresas de notória especialização.
- (D) é inexigível a licitação para contratação de obras de engenharia orçadas no valor de até R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).
- (E) a contratação deve ser praticada por licitação no modelo de empreitada integral, via concorrência ou leilão.

22

De acordo com a Lei Federal nº 9.984/2000, constituem receitas da Agência Nacional de Águas (ANA):

- I. taxa de fiscalização, a ser cobrada anualmente;
- II. as doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados;
- III. retribuição por serviços de quaisquer naturezas prestados a terceiros;
- IV. os valores apurados com a venda ou aluguel de bens móveis e imóveis de sua propriedade.

Estão corretas:

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

**23**

De acordo com a Lei Federal nº 11.445/2007, a definição: “rede coletora de esgoto sanitário, assentada em posição viável no interior dos lotes ou conjunto de habitações, interligada à rede pública convencional em um único ponto ou à unidade de tratamento, utilizada onde há dificuldades de execução de redes ou ligações prediais no sistema convencional de esgotamento” refere-se corretamente a

- (A) núcleo urbano integrado.
- (B) localidade de pequeno porte.
- (C) núcleo urbano informal consolidado.
- (D) sistema condominial.
- (E) sistema unitário.

**24**

De acordo com a Lei Federal nº 12.305/2010, o plano estadual de resíduos sólidos será elaborado para vigência por prazo indeterminado, abrangendo todo o território do Estado, com horizonte de atuação de 20 (vinte) anos e revisões a cada 4 (quatro) anos, tendo como conteúdo mínimo

- (A) as diretrizes para o planejamento e demais atividades de gestão de resíduos sólidos de regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões.
- (B) a identificação das possibilidades de implantação de soluções consorciadas ou compartilhadas com outros Municípios, considerando os critérios de economia de escala.
- (C) os mecanismos para a criação de fontes de negócios, emprego e renda, mediante a depreciação dos resíduos sólidos.
- (D) a descrição das formas e dos limites da participação do poder público distrital na coleta ampliada e na logística reversa.
- (E) a periodicidade de sua revisão, observado prioritariamente o período de vigência do plano plurianual municipal.

**25**

De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei Federal nº 8.069/1990), assinale a alternativa INCORRETA.

- (A) Considera-se “adolescente” a pessoa entre doze e dezoito anos de idade.
- (B) O Estatuto da Criança e do Adolescente pode ser excepcionalmente aplicado a pessoas entre dezoito e vinte e um anos de idade.
- (C) Incumbe ao poder público proporcionar assistência psicológica à gestante e à mãe, no período pré e pós-natal, inclusive como forma de prevenir ou minorar as consequências do estado puerperal.
- (D) É voluntária a vacinação das crianças nos casos recomendados pelas autoridades sanitárias.
- (E) Os profissionais que atuam no cuidado diário ou frequente de crianças na primeira infância receberão formação específica e permanente para a detecção de sinais de risco para o desenvolvimento psíquico, bem como para o acompanhamento que se fizer necessário.

## Conhecimentos Específicos

26

A respeito dos conceitos e objetivos da publicidade, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- ( ) Inserida no contexto do marketing, sobretudo vinculada aos instrumentos da comunicação mercadológica, a publicidade faz parte de um conjunto de atividades empresariais.
- ( ) Com o desenvolvimento da sociedade de consumo, a publicidade e os processos de publicização se desvinculam dos fatores de ordem sociocultural, econômica, mercadológica e simbólica.
- ( ) A publicidade trata-se da propagação de ideologias com a finalidade de divulgar uma causa ou uma doutrina.
- ( ) O valor simbólico conferido aos produtos e serviços pode ser uma estratégia publicitária para sensibilizar potenciais consumidores.

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

27

Acerca dos estágios do processo criativo do modelo de Wallas, assinale a alternativa correta.

- (A) A identificação do problema trata-se do estágio final do caminho percorrido para a criação de soluções inovadoras.
- (B) O processo de incubação é o momento de aproximação dos problemas identificados e de desenvolvimento de pesquisas aprofundadas em materiais de apoio a fim de identificar possíveis soluções.
- (C) O processo de verificação e avaliação não são relevantes na contemporaneidade, quando os resultados precisam ser apresentados de forma instantânea.
- (D) A iluminação é a fase em que ocorre o insight criativo, quando soluções possíveis ganham forma e se tornam relevantes para solucionar o problema.
- (E) A fase de preparação trata-se do momento de teste e da aplicação prática das ideias.

28

Preencha as lacunas e assinale a alternativa correta.

O branding é a capacidade da organização construir, desenvolver e sustentar marcas consistentes, utilizando bases do processo de conhecimento e criatividade com o objetivo de manter uma percepção diferenciada junto ao público interessado. Marca é um conjunto de valores \_\_\_\_\_, a qual gerenciada de forma adequada consegue apresentar distinções perceptíveis no mercado em relação à concorrência, colaborando para o desenvolvimento de seu \_\_\_\_\_.

- (A) fixos e definidos / logotipo
- (B) tangíveis e intangíveis / posicionamento
- (C) materiais e imateriais / slogan
- (D) positivos e negativos / processo de inércia
- (E) morais e sociais / manual de identidade visual

29

A equipe da divisão de comunicação e marketing de uma prefeitura pretende elaborar um plano de marketing público, cujo objetivo é incentivar os cidadãos a frequentarem parques e praças da cidade, aumentando a usabilidade dos espaços públicos locais e proporcionando momentos de lazer à população. Essa demanda foi identificada após um programa de revitalização nesses locais não resultar em aumento significativo nas visitas. Sobre o processo de elaboração do plano, assinale a alternativa INCORRETA.

- (A) A inclusão de cidadãos no processo de pesquisa, visa entender as razões do baixo fluxo de visitantes aos locais e coletar dados sobre os interesses sociais a respeito desses espaços públicos.
- (B) É necessária a observação com atenção ao orçamento, aos prazos e aos responsáveis pela implementação das ações apresentadas no plano.
- (C) É necessária a apresentação de instrumentos e métricas que consigam mensurar e acompanhar as metas planejadas, permitindo avaliação e controle do processo.
- (D) É importante avaliar ações anteriores de comunicação a respeito desses espaços públicos antes de traçar um novo plano.
- (E) A questão orçamentária deve ser prioridade na escolha dos meios e veículos a serem utilizados para o processo de comunicação junto ao público.

**30**

**A análise de SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) é uma etapa importante no planejamento estratégico de marketing. A respeito desse processo de avaliação, é correto afirmar que**

- (A) a avaliação das oportunidades e das ameaças está mais vinculada à análise do ambiente externo à organização.
- (B) os fatores macroambientais permitem ao planejador observar as fraquezas dos negócios.
- (C) um fluxo de caixa bom é avaliado em uma análise de SWOT como uma oportunidade para a empresa.
- (D) a análise das oportunidades e das forças está relacionada com os fatores internos da empresa.
- (E) a empresa tem o total controle sobre os fatores que impactam na sua avaliação de oportunidades e de ameaças.

**31**

**Os processos de convergência midiática intensificados com a cultura da conexão vêm alterando os modos de produção e consumo de audiovisual em publicidade e propaganda. Considerando os novos formatos de criação e produção audiovisual, assinale a alternativa correta.**

- (A) As mídias digitais possibilitaram formatos idênticos em relação às orientações e dimensões dos vídeos entre as múltiplas plataformas, facilitando o processo de produção audiovisual.
- (B) Publicidade em vídeo ao vivo deixou de ser uma alternativa para a publicidade, sobretudo em decorrência da necessidade de construir grandes produções audiovisuais para se destacar no mercado.
- (C) As plataformas de streaming vêm ampliando as possibilidades para as marcas anunciarem por meio da oferta de planos com exibição de anúncios.
- (D) Vídeos longos são mais aceitáveis na contemporaneidade, porque transmitem credibilidade e atraem mais a atenção dos consumidores digitais.
- (E) Vídeos interativos são uma possibilidade interessante na publicidade digital, embora tendam a envolver menos a recepção.

**32**

**Tendo em vista os elementos da comunicação visual, é correto afirmar que**

- (A) o zelo na apresentação de signos culturais é importante para a construção de uma mensagem visual, embora os processos de hermenêutica relacionados à recepção não sejam relevantes para a sua compreensão.
- (B) a única função do uso das formas em uma comunicação visual é tornar uma peça esteticamente atraente para o público, desmobilizando outros significados que suas aplicações poderiam fornecer à recepção.
- (C) o alinhamento e o espaçamento em um layout devem ser cuidadosamente pensados para facilitar a compreensão da mensagem visual.
- (D) o contraste é usado para minimizar a relevância visual na área de sua aplicação, ou seja, indica o olhar do receptor para outra direção.
- (E) repetir alguns elementos visuais como cor, forma e textura deixa uma peça gráfica monótona e desinteressante.

**33**

**Um profissional da área de engenharia atua em uma empresa multinacional e precisa aprender um novo idioma para conseguir ascender profissionalmente. Na busca na internet por cursos de francês, ele se depara com um e-book gratuito de francês básico instrumental e decide baixar o conteúdo online, em troca de fornecer seus dados para a escola de idiomas. Por e-mail, a empresa envia outros materiais e informações sobre novos cursos de conversação. O profissional entende a qualidade do material e decide comprar o curso online mais completo. Muito utilizado no marketing digital, esse fluxo de ações é um modelo estratégico denominado**

- (A) marketing de saída (Outbound Marketing).
- (B) funil de vendas.
- (C) otimização para mecanismo de busca.
- (D) marketing de influência.
- (E) marketing de oportunidade.

34

Sobre estratégias de engajamento em redes sociais digitais, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- ( ) A produção e distribuição de conteúdo relevante pode ser uma estratégia interessante para conseguir engajamento nos perfis oficiais das marcas nas redes sociais digitais, bem como geração de leads (pessoas que se interessam por algum produto ou serviço da empresa) e aumento de consciência da marca.
- ( ) Alcançar influenciadores digitais que endossem e disseminem o conteúdo de marca é uma ação que permite aumentar engajamento, sobretudo quando essas figuras são respeitadas em sua comunidade, possuem um bom relacionamento com seus seguidores e estão em sintonia com os valores da marca.
- ( ) Ser instável nas publicações e padronizar um formato único de conteúdo são fatores fundamentais para conseguir ampliar engajamento nas redes sociais digitais, porque gera consistência e uniformidade.
- ( ) Usar mídia paga é uma estratégia para conseguir engajamento de forma orgânica nas redes sociais digitais.

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

35

Pesquisa de mercado é o processo de coleta, sistematização e análise de dados para a obtenção de informações relevantes para a compreensão de cenários e tomadas de decisões mercadológicas. Tendo em vista seus métodos e técnicas, assinale a alternativa INCORRETA.

- (A) O grupo focal é uma técnica da pesquisa qualitativa que exige habilidades específicas do moderador para a qualidade dos resultados.
- (B) *Survey* é um tipo de pesquisa muito utilizado para obter informações quantitativas de determinado público.
- (C) O grupo focal permite uma interação entre os entrevistados, e uma resposta pode gerar uma reação em cadeia entre os outros participantes.
- (D) A elaboração do questionário é um ponto importante na pesquisa quantitativa para conseguir atingir os objetivos planejados em um projeto.
- (E) Entrevista em profundidade necessita de uma grande amostra para que os sujeitos entrevistados consigam representar o universo.

36

Um texto publicitário pode ser estruturado mediante o uso de recursos racionais ou emocionais. Sobre alguns preceitos que regem esses expedientes, assinale a alternativa correta.

- (A) Explorar a redundância no texto, utilizando a repetição de sentidos entre o título e a imagem é uma recomendação no caso de redação de texto racional.
- (B) É indicado usar em abundância adjetivos e advérbios em textos publicitários racionais.
- (C) É preferível evitar o uso de expressões que dialoguem com o repertório cultural do interlocutor em caso de produção de texto emocional.
- (D) É recomendável que a narrativa de um texto publicitário emocional não seja muito complexa.
- (E) No caso de um texto racional, com estrutura circular, é importante deixar aberta a ideia final para o receptor tirar suas conclusões.

**37**

Uma empresa deseja anunciar cursos de fotografia pela internet, utilizando recursos automatizados que consigam alcançar um público mais específico e monitorar os resultados, colaborando para a otimização do investimento. Em termos de mídia, qual é a melhor estratégia digital para a empresa anunciar?

- (A) Utilizar a mídia programática, que é uma forma automatizada de compra de espaços publicitários na internet e que possibilita alcançar com maior precisão o público e realizar o monitoramento de dados do tráfego online.
- (B) Empregar as estratégias de crossmedia, visando atingir o máximo possível de potenciais interessados no curso e envolvendo os diversos formatos de mídia.
- (C) Usar storytelling transmídia, simplificando narrativas sobre o curso a fim de envolver o usuário a se interessar pela compra e convidar outros potenciais consumidores a interagir com a campanha.
- (D) Negociar diretamente com sites em que o anunciante deseja inserir sua campanha, pois somente dessa forma a empresa consegue saber sobre os dados exatos do tráfego online.
- (E) Divulgar em mídias OOH (out-of-home), sobretudo porque é uma tendência no mercado e permite alcançar o máximo possível de potenciais interessados em cursos de fotografia.

**38**

Acerca dos conceitos e das técnicas de mídia, é correto afirmar que

- (A) alcance é a quantidade de vezes, em média, que os indivíduos do universo foram expostos a um anúncio.
- (B) continuidade concentrada é quando uma campanha é veiculada em intensidade em um curto período.
- (C) frequência é o número de indivíduos potencialmente atingidos com um anúncio.
- (D) penetração trata da localidade na qual se deseja cobrir a campanha.
- (E) as táticas de mídia dizem respeito à elaboração da planilha de custos e à negociação com os veículos de comunicação.

**39**

Em decorrência da ampliação de ações publicitárias no ambiente digital, o uso de influenciadores digitais ganhou força nos últimos anos, com o endosso de produtos e serviços das marcas. É preciso, contudo, atentar-se para os limites éticos e legais sobre essa prática. Considerando o assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) Não existem particularidades quanto à forma e ao conteúdo publicitário dirigido a crianças e adolescentes, inclusive quando se trata do uso de influenciadores digitais.
- (B) Por se tratar de um novo campo de atuação, não há mecanismos de notificação ao anunciante sobre anúncios irregulares, por exemplo, em caso de segmentos que possuem restrição de comercialização.
- (C) A identificação publicitária é facultativa no caso de endosso publicitário no formato de vídeo feito por influenciador.
- (D) A identificação publicitária de conteúdo divulgado por influenciador em parceria com marca e/ou agência deve ficar visível, mesmo no caso de veiculação em plataformas que possuem opções de limitação de período em que o conteúdo fica disponível, como stories, do Instagram.
- (E) Uma forma de esclarecer ao público em geral que o conteúdo do influenciador se trata de uma publicidade é incluir #colab no post.

**40**

Uma agência foi contratada para produzir o manual de identidade visual de uma nova marca de roupas esportivas lançada no mercado. Os criativos da agência decidiram utilizar alguns recursos da Inteligência Artificial (IA) para a produção do logotipo e demais peças gráficas que compõem o material. No que concerne à utilização da IA nas produções gráficas publicitárias, é correto afirmar que

- (A) os softwares gráficos tradicionais do mercado se tornaram inúteis na produção de logotipos, pois os designers não precisam mais pensar nos elementos da computação gráfica para as suas produções.
- (B) a ferramenta de geração de imagens automatizada pela inteligência artificial independe de seu banco de dados.
- (C) o comando (prompt) do usuário e o banco de dados da ferramenta utilizada são importantes para o resultado da imagem gerada pela inteligência artificial.
- (D) a inteligência artificial generativa não deve ser utilizada nas agências por questões de ética e estética.
- (E) no caso de produção gráfica, a inteligência artificial só pode ser utilizada como orientadora do designer, pois ainda não há recursos que possibilitam geração de imagens.

**41**

A utilização da inteligência artificial nas práticas publicitárias envolve possibilidades e desafios. Sobre esses aspectos, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- ( ) É possível utilizar a inteligência artificial como recurso para análises preditivas de possíveis cenários futuros, auxiliando profissionais de uma agência publicitária na tomada de decisões.
  - ( ) As ferramentas da inteligência artificial têm recursos que podem auxiliar os criativos na geração de ideias, no momento do brainstorm, por exemplo.
  - ( ) Vieses da tecnologia podem ser um problema quanto ao uso da inteligência artificial nas práticas publicitárias, pois é possível que os resultados gerados estejam vinculados a padrões preconceituosos.
  - ( ) Uma das discussões éticas sobre o uso da inteligência artificial na comunicação publicitária é o aspecto da autenticidade e da genuinidade de produções geradas por essa tecnologia.
- (A) V – V – V – V.  
(B) F – V – F – V.  
(C) V – V – F – F.  
(D) F – F – V – V.  
(E) V – V – F – V.

**42**

Uma nova marca de produtos de beleza sustentáveis deseja se posicionar como uma empresa que se preocupa com a preservação da biodiversidade mediante uma atuação que combata o desmatamento e o esgotamento do habitat. Para isso, os cuidados com o processo produtivo, os ingredientes, a embalagem, os modelos de distribuição do produto e a comunicação foram pensados de forma a colaborar com a construção do posicionamento desejado. Em relação aos processos de comunicação e o objetivo da marca, assinale a alternativa correta.

- (A) Se a equipe de comunicação desejar criar o posicionamento com base nos reflexos racionais, é importante abordar os fatores sensoriais de conexão com a natureza, sendo desnecessárias as informações mais técnicas.
- (B) As informações ambientais comunicadas em uma campanha publicitária devem estar embasadas com dados comprobatórios e fontes confiáveis.
- (C) Apresentar dados lógicos sobre o ciclo de vida dos produtos e como eles beneficiam a sociedade é um tipo de argumento que visa construir um posicionamento com reflexos emocionais junto ao público desejado.
- (D) Quando a campanha possui tom emotivo, os benefícios ambientais alegados em uma campanha publicitária não precisam corresponder às práticas adotadas pela empresa.
- (E) A exatidão e a clareza das informações são dispensáveis nesse caso, porque deve incentivar a imaginação do receptor quanto à comunicação publicitária sobre sustentabilidade.

**43**

Para atrair consumidores, uma marca de produtos de limpeza cria uma estratégia de comunicação que visa apresentar a imagem da organização como ambientalmente responsável. No entanto, na realidade, suas ações ambientais são insuficientes ou enganosas. Essa prática equivocada de comunicação mercadológica com foco em sustentabilidade é denominada

- (A) accountability social.
- (B) marketing verde.
- (C) comunicação ambiental.
- (D) greenwashing.
- (E) governança ambiental.

**44**

Em relação aos softwares gráficos aplicados à publicidade e propaganda, assinale a alternativa correta.

- (A) O Adobe Photoshop é um editor para criação de layouts de sites, com ferramentas nativas de otimização para motores de busca.
- (B) O Blender é uma ferramenta especializada em produção de projetos de UX Design, cujo objetivo é melhorar a experiência do usuário na interface visual das telas.
- (C) CorelDraw é um software especializado em correção de fotografias e demais imagens produzidas digitalmente.
- (D) Figma é o programa gráfico ideal para quem deseja fazer edição de imagens.
- (E) O Adobe Illustrator é um software no qual é possível trabalhar ilustrações vetoriais e editar objetos tridimensionais.

45

**A respeito dos conceitos importantes que envolvem a pesquisa de mercado, assinale a alternativa correta.**

- (A) Pesquisa exploratória é um tipo de investigação que é utilizado quando já se tem um conhecimento profundo sobre o tema estudado.
- (B) O problema de pesquisa deve ser identificado nas conclusões do estudo realizado.
- (C) Plano de amostragem é o processo pelo qual serão feitos os procedimentos de seleção de uma parcela dos indivíduos inserida no universo de pesquisa.
- (D) Universo corresponde às pessoas selecionadas da amostra para a execução da pesquisa.
- (E) Amostragem probabilística acontece quando a seleção dos indivíduos para a pesquisa é feita de forma arbitrária.

46

**A produção audiovisual na publicidade vem crescendo e impactando cada vez mais a população nacional, com forte destaque para o varejo, sobretudo com o fortalecimento das redes sociais digitais. Sobre técnicas e tecnologias de produção audiovisual, é correto afirmar que**

- (A) é possível criar vídeos 360° com câmeras omnidirecionais, colaborando para a construção de experiências mais imersivas.
- (B) a luz artificial deve ser sempre priorizada na produção audiovisual publicitária para que não haja problemas de alteração de cor dos objetos.
- (C) o uso da inteligência artificial na produção audiovisual publicitária se restringe às técnicas de *deep fake*, como a alteração do rosto de uma pessoa que teve imagem capturada.
- (D) a produção audiovisual para mídias digitais permanece com a mesma estética e formato da produção tradicional televisiva, porque esse é um método que sempre obteve sucesso na história da publicidade brasileira.
- (E) equipamentos de áudio são coadjuvantes na produção de vídeos com qualidade de som.

47

**Existem diversas métricas a serem analisadas no marketing digital para avaliar o desempenho de ações desenvolvidas pela empresa. Conforme essas métricas, é correto afirmar que**

- (A) ROI (retorno sobre o investimento) é um indicador importante para mensurar os ganhos obtidos pela empresa, e o cálculo é feito a partir do número de cliques que teve um anúncio no ambiente digital.
- (B) duração média de sessão é uma métrica que pode auxiliar os profissionais de marketing a identificarem se as páginas do site da empresa estão atraentes para os usuários, por exemplo.
- (C) CPL (custo por lead) é o gasto total investido pela empresa para a geração de leads.
- (D) alta taxa de rejeição é positiva, pois significa que muitos usuários visitaram o site da empresa.
- (E) CPM (custo por mil impressões) é uma métrica que visa identificar o número de leads gerados a partir de mil visualizações do anúncio.

48

**Uma pizzaria local solicita a criação de uma peça publicitária para uma agência. Entre os itens elencados no briefing destacam-se: 1) campanha voltada para o público local; 2) tom leve, bem-humorado e descontraído; 3) veículo de acesso fácil e dinâmico; 4) baixo orçamento. Entendendo esses elementos e somando à ideia de ressaltar o nome e o slogan da pizzaria, assinale a alternativa que apresenta a melhor peça publicitária para o caso.**

- (A) Criação de um vídeo animado de 30 segundos para ser veiculado em televisão, destacando os produtos da pizzaria e com um jingle elaborado.
- (B) Criação de uma arte com o logotipo, nome e preço das principais pizzas vendidas para a contratação de outdoors nas vias próximas ou de acesso à pizzaria.
- (C) Produção de uma peça de rádio (jingle ou spot) de 1 minuto com um storytelling interessante.
- (D) Criação de um anúncio impresso de página inteira para ser publicado em um jornal local, com muitas informações e uma promoção complexa.
- (E) Criação de um documentário de 30 minutos sobre a história da pizzaria e seu impacto na comunidade para ser exibido em plataformas digitais.

**49**

É fundamentada em fatores psicológicos e argumenta que a mensagem transmitida pela mídia não é absorvida instantaneamente pelo indivíduo, pois depende de um conjunto de perspectivas pessoais. Assim, são levados em conta a credibilidade do emissor, a identificação com a mensagem e a percepção da necessidade. Esta consiste em uma teoria que considera as necessidades individuais do público, tornando-se um avanço a outras mais mecanicistas, como a Teoria da Agulha Hipodérmica.

O enunciado se refere à

- (A) teoria dos Usos e Gratificações.
- (B) teoria da Persuasão.
- (C) teoria Crítica.
- (D) hipótese do Agenda-Setting.
- (E) teoria da Espiral do Silêncio.

**50**

No cenário contemporâneo, a intersecção entre tecnologia e cultura tem transformado o fluxo de comunicação entre produtores e consumidores, para a publicidade e para o jornalismo. Como exemplo desse contexto, é possível citar a Teoria da Cauda Longa e a Cultura da Convergência. Considerando esses aspectos, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

- ( ) É possível afirmar que a Teoria da Cauda Longa sugere a pulverização da atenção e do consumo de conteúdos na internet.
- ( ) Os adventos tecnológicos das últimas décadas, como dispositivos pessoais de comunicação, propiciaram um ambiente social e cultural novo, em que as fronteiras entre entretenimento e informação e consumo e produção ficaram cada vez menos visíveis.
- ( ) A cultura da convergência argumenta sobre a integração midiática, de produção de conteúdo em múltiplas plataformas, de cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e de comportamento migratório dos públicos.

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

