

CONCURSO PÚBLICO PARA PROVIMENTO DE CARGOS DO QUADRO DE PESSOAL DA SECRETARIA DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

EDITAL 01/2022



GABARITO TIPO: 1

CADERNO DE PROVAS

CADERNO 228	Cargo/Especialidade <ul style="list-style-type: none">• Analista Legislativo• PROGRAMADOR VISUAL I –• DESIGNER DE PRODUTOS DIGITAIS
QUESTÕES	<ul style="list-style-type: none">• LÍNGUA PORTUGUESA• NOÇÕES DE DIREITO• CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Leia, atentamente, as instruções gerais que se encontram no verso desta capa.

INSTRUÇÕES GERAIS

1. Este caderno de provas contém um total de **60 (sessenta)** questões objetivas, sendo 15 de Língua Portuguesa, 15 de Noções de Direito e 30 de Conhecimentos Específicos. Confira-o.
2. As provas objetivas terão duração de **4 (quatro) horas**, incluído o tempo destinado à transcrição das respostas do caderno de questões para a folha de respostas oficial.
3. Por motivo de segurança, o candidato somente poderá se ausentar do recinto da realização das provas decorridas 3 (três) horas do início de sua aplicação.
4. O candidato deverá marcar na folha de respostas o tipo de caderno de prova - **Gabarito Tipo 1 ou Gabarito Tipo 2**.
5. As respostas das questões objetivas deverão ser transcritas para a folha de respostas oficial, usando caneta esferográfica de tinta azul ou preta.
6. Você poderá transcrever suas respostas das questões objetivas para a última folha deste caderno e a mesma poderá ser destacada.
7. Em nenhuma hipótese haverá substituição da folha de respostas por erro do candidato.
8. Este caderno deverá ser devolvido ao fiscal, juntamente, com a folha de respostas objetivas, devidamente preenchida e assinada.
9. O gabarito da prova objetiva de cada cargo/especialidade/área de seleção será publicado em até dois dias úteis após a realização das provas, no *Diário do Legislativo*, e divulgado no sítio eletrônico <www.fumarc.com.br>.
10. **ATENÇÃO:** Transcreva no espaço apropriado na sua Folha de Respostas, com sua caligrafia usual, a seguinte frase:

“Assembleia Legislativa de Minas Gerais: Poder e Voz do Cidadão!”

A comissão organizadora da FUMARC Concursos lhe deseja uma boa prova.

Prezado(a) candidato(a):

Coloque seu número de inscrição e nome no quadro abaixo:

Nº de Inscrição	Nome
<input type="text"/>	<input type="text"/>

ASSINALE A RESPOSTA CORRETA.

PROVA DE LÍNGUA PORTUGUESA

TEXTO 1

(-----)

Milly Lacombe

Minhas duas primeiras memórias de infância envolvem meu pai.

Na primeira delas, estou em seus ombros, no meio de uma multidão que cantava, pulava e festejava. Enrolados em uma bandeira do Brasil que minha mãe havia feito na máquina de costura, que ficava no mesmo quarto da TV em branco e preto. Eu tinha três anos, ele tinha 43. A seleção tinha acabado de ser tricampeã mundial de futebol e meu pai e eu celebrávamos no meio de outras centenas de pessoas na rua General Glicério, em Laranjeiras, no Rio.

Na segunda memória, estou subindo com ele a rampa do Maracanã. Eu tinha um pouco mais que três anos, mas não muito mais. Lembro-me da mão dele segurando a minha, lembro-me de olhar para cima e vê-lo ali sorrindo para mim. Lembro-me das pessoas passando em volta, apressadas e felizes. Lembro-me das camisas e bandeiras misturadas: vermelho e preto em alguns; verde, branco e grená em outros. Ele e eu fazíamos parte desse segundo grupo de pessoas. Na minha outra mão, uma almofadinha com as cores do Fluminense, feita por minha

mãe na máquina de costura que ficava no mesmo quarto da TV branco e preto. A almofadinha era uma solução à dureza do concreto da arquibancada.

Subindo a rampa, lembro-me de ver, lá bem longe e já no topo, uma abertura para o céu. Era para lá que caminhávamos, meu pai e eu, de mãos dadas. O que haveria ali além do céu? Depois de uma subida, bastante longa para um pequeno corpo que ainda não tinha feito cinco anos, lembro-me de conhecer o que, anos depois, entenderia ser o êxtase que vem com a experiência do sagrado. Ao final da rampa, uma abertura para um campo verde, de marcas brancas e milhares de pessoas cantando ao redor.

Capturada pela imensidão do momento, outra vez olhei para cima e vi meu pai. Ele sorria e não se movia, como quem sabe que seria importante me deixar ali um pouco, apenas sentindo a grandeza do momento, apenas absorvendo uma experiência inaugural de amor e paixão. Depois de um tempo, ele me pegou no colo e subimos os degraus da arquibancada, sendo abençoados por um tanto de pó de arroz a cada passo.

Não me lembro de mais nada. Não me lembro do placar, não me lembro do que aconteceu em campo, não me lembro do que comemos, nem dos sorvetes que não pedi. Lembro-me apenas das sensações e das emoções daquele dia. Mas, mais que qualquer coisa, lembro-me da mão de meu pai na minha. Se fechar os olhos, posso sentir a temperatura e a textura de sua mão na minha. Se fechar os olhos, sinto outra vez a exata pressão que a mão dele fazia na minha, todas as vezes que andávamos assim pelas ruas, e sinto a segurança que aquelas mãos me davam.

Meu pai não está mais aqui, mas a sensação de sua mão na minha está. Pouca coisa, aliás, se manteve presente além dessa sensação. Talvez apenas a emoção de subir uma rampa cujo final é um campo de futebol onde dois times se enfrentarão. O caminho do sagrado, do final de um período escuro, frio e penoso que se abre para uma imensidão de luzes, sonhos e possibilidades.

Anos depois, eu conduziria meu sobrinho pela mesma rampa, mas agora interpretando o papel feito por meu pai.

O que é a vida se não esse contínuo trocar de lugares e essa perpétua caminhada que pode nos levar a encontros grandiosos? Não muita coisa, eu acho. Um passo atrás do outro, uma batalha atrás da outra. Conquistas, fracassos. Vitórias, derrotas. Dias bons, dias ruins. Partidas, chegadas. E lá vamos nós outra vez.

Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/colunas/nosso-estranho-amor/2022/11/\[...\].shtml](https://www1.folha.uol.com.br/colunas/nosso-estranho-amor/2022/11/[...].shtml) (Adaptado) Acesso em: 30 dez. 2022.

QUESTÃO 01

O propósito do texto é

- (A) apresentar a importância do futebol para a sociedade brasileira.
- (B) demonstrar como a vida é cheia de altos e baixos.
- (C) mostrar como é a sensação de estar em um campo de futebol.
- (D) relatar os bons momentos vividos pela autora junto ao pai.

QUESTÃO 02

São sentimentos presentes no texto, **EXCETO**:

- (A) Afeto.
- (B) Confiança.
- (C) Empatia.
- (D) Esperança.

QUESTÃO 03

São títulos possíveis para o texto, **EXCETO**:

- (A) A emoção de um estádio de futebol.
- (B) De mãos dadas com meu pai.
- (C) Primeiras memórias da minha infância.
- (D) Vida: uma troca de lugares.

QUESTÃO 04

Sobre a constituição do texto, é correto afirmar, **EXCETO**:

- (A) A linguagem figurada é um dos recursos utilizados ao longo do texto.
- (B) A linguagem formal é a mais utilizada.
- (C) O último parágrafo não se relaciona às ideias anteriormente apresentadas.
- (D) Somente prevalece a opinião da autora do texto.

QUESTÃO 05

Com base no texto, todas as seguintes **extrapolações** podem ser feitas, **EXCETO**:

- (A) A sensação vivida pela autora na infância foi tão intensa que perdura até os dias de hoje.
- (B) A subida da rampa até o campo pode ser comparada à caminhada da vida que pode nos levar a encontros grandiosos.
- (C) A vontade da autora é de passar ao sobrinho as mesmas sensações que sentira em sua infância.
- (D) Todas as memórias da autora se baseiam em momentos ligados ao futebol, por ser, provavelmente, onde o pai se sentia feliz.

QUESTÃO 06

Em: “Talvez apenas a emoção de subir uma rampa **cujo** final é um campo de futebol **onde** dois times se enfrentarão.”, estão corretas as afirmativas sobre os pronomes destacados, **EXCETO**:

- (A) O pronome relativo “cujo” estabelece com o antecedente “uma rampa” uma relação de posse.
- (B) O pronome relativo “cujo” não pode ser substituído por nenhum outro pronome.
- (C) O pronome relativo “onde” só pode ser usado quando se refere a lugares físicos.
- (D) O pronome relativo “onde” não pode ser substituído por “em que” ou “no qual”, em referência a lugar.

QUESTÃO 07

Em: “O que é a vida se não **esse** contínuo trocar de lugares e **essa** perpétua caminhada que pode nos levar a encontros grandiosos?”, os pronomes demonstrativos “esse” e “essa” foram usados, pois

- (A) indicam algo que ainda será mencionado.
- (B) indicam algo que já foi mencionado ao longo do texto.
- (C) se referem às palavras que os antecedem.
- (D) se referem às palavras que os sucedem.

QUESTÃO 08

Em: “Depois de uma subida, bastante longa para um pequeno corpo que ainda não tinha feito cinco anos, lembro-me de conhecer o que, anos depois, entenderia ser o **êxtase** que vem com a experiência do sagrado.”, **êxtase** pode ser **MELHOR** substituída por

- (A) ímpeto.
- (B) entusiasmo.
- (C) deslumbramento.
- (D) desejo.

QUESTÃO 09

Em: “O que é a vida se não esse **contínuo** trocar de lugares e essa **perpétua** caminhada que pode nos levar a encontros grandiosos?”, as palavras destacadas podem ser **MELHOR** substituídas, sem prejuízo de sentido, por, **respectivamente**:

- (A) coerente – vitalícia.
- (B) constante – eterna.
- (C) incessante – duradoura.
- (D) ininterrupto – permanente.

QUESTÃO 10

Há traços de oralidade em:

- (A) “A almofadinha era uma solução à dureza do concreto da arquibancada.”
- (B) “E lá vamos nós outra vez.”
- (C) “Eu tinha um pouco mais que três anos, mas não muito mais.”
- (D) “O que haveria ali além do céu?”

QUESTÃO 11

Em: “A seleção tinha acabado de ser tricampeã mundial de futebol e meu pai e eu **celebrávamos** no meio de outras centenas de pessoas na rua General Glicério, em Laranjeiras, no Rio.”, o verbo “**celebrávamos**” está flexionado no mesmo tempo verbal que:

- (A) “Anos depois, eu **conduziria** meu sobrinho pela mesma rampa, mas agora interpretando o papel feito por meu pai.”
- (B) “Depois de um tempo, ele me **pegou** no colo e subimos os degraus da arquibancada, sendo abençoados por um tanto de pó de arroz a cada passo.”
- (C) “Eu **tinha** um pouco mais que três anos, mas não muito mais.”
- (D) “Pouca coisa, aliás, se **manteve** presente além dessa sensação.”

QUESTÃO 12

Observe a regência dos verbos destacados nas frases abaixo:

- 1- **Lembro-me** das pessoas passando em volta, apressadas e felizes.
Lembro das pessoas passando em volta, apressadas e felizes.
- 2- **Lembro-me** da mão dele segurando a minha.
Lembro a mão dele segurando a minha.
- 3- “**Lembro-me** apenas das sensações e das emoções daquele dia.”
Lembro apenas as sensações e as emoções daquele dia.
- 4 - Não me **lembro** do que aconteceu em campo.
Não me **lembro** o que aconteceu em campo.

Quanto à regência dos verbos, as frases acima poderiam ser reescritas, **sem prejuízo sintático**, em:

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

QUESTÃO 13

A vírgula foi usada com a mesma função: indicar a inversão das orações subordinadas adverbiais, **EXCETO** em:

- (A) Capturada pela imensidão do momento, outra vez olhei para cima e vi meu pai.
- (B) Na primeira delas, estou em seus ombros, no meio de uma multidão que cantava, pulava e festejava.
- (C) Se fechar os olhos, posso sentir a temperatura e a textura de sua mão na minha.
- (D) Subindo a rampa, lembro de ver, lá bem longe e já no topo, uma abertura para o céu.

QUESTÃO 14

A posição do pronome oblíquo destacado é **facultativa** em:

- (A) “Ele sorria e não se movia, como quem sabe que seria importante **me** deixar ali um pouco [...].”
- (B) “Ele sorria e não **se** movia, como quem sabe que seria importante me deixar ali um pouco [...].”
- (C) “O caminho do sagrado, do final de um período escuro, frio e penoso que **se** abre para uma imensidão de luzes, sonhos e possibilidades.”
- (D) “Talvez apenas a emoção de subir uma rampa cujo final é um campo de futebol onde dois times **se** enfrentarão.”

QUESTÃO 15

A crase é **obrigatória** em:

- (A) Ele se dirigiu aquele senhor de terno.
- (B) Esse assunto interessa a todos.
- (C) Esse documento não é útil a ela.
- (D) O chefe da repartição está propenso a demitir os funcionários.

PROVA DE NOÇÕES DE DIREITO**QUESTÃO 16**

O Direito Humano fundamental à saúde, na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, é garantido com as seguintes características:

- (A) Gratuito, universal e de competência repartida por Lei entre os entes da Federação.
- (B) Universal, gratuito e de competência solidária dos três entes da federação.
- (C) Universal, gratuito e de eficácia limitada por Lei.
- (D) Universal, porém, gratuito apenas para quem comprovar ser pobre na forma da Lei.

QUESTÃO 17

A soberania, no âmbito do Estado como objeto de estudo e experiência moderna, **expressa**:

- (A) Elemento antagônico ao poder.
- (B) Elemento constitutivo.
- (C) Elemento subjetivo.
- (D) Sinônimo de autonomia.

QUESTÃO 18

A Constituição, na relação entre as autoridades estatais e particulares, no Estado de Direito, tem por **finalidade**:

- (A) Apenas organizar o Estado e suas funções.
- (B) Contensão de escolhas individuais para proteção do poder do Estado.
- (C) Mero documento formal, indiferente aos modelos de Estado.
- (D) Proteção dos direitos e garantias fundamentais.

QUESTÃO 19

Considere que um servidor público, no exercício da função, exerça competência decisória acerca de restrição a direitos de terceiros. Nessa hipótese, é **CORRETO** afirmar que o princípio da legalidade **determina**:

- (A) a licitude da decisão, se autorizada por qualquer ato normativo.
- (B) a licitude da restrição, se autorizada por Lei.
- (C) ilícita, apenas se o agente extrapolar sua competência.
- (D) necessariamente ilícita, porque o Estado não pode limitar direitos.

QUESTÃO 20

O sistema de governo adotado pelo Estado brasileiro, sob a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, considerando a relação entre os poderes legislativo e executivo, pode ser **classificado** como:

- (A) Absolutista.
- (B) Ditatorial.
- (C) Parlamentarismo.
- (D) Presidencialismo.

QUESTÃO 21

Na ordem constitucional brasileira vigente, uma manifestação reivindicatória de direitos, constitucional ou legalmente assegurados, implica na seguinte **consequência** para órgãos e autoridades públicas:

- (A) A manifestação em questão é liberdade fundamental e gera para o Estado, seus entes e agentes obrigação de suportá-la e não impedir ou reprimir sua ocorrência pacífica.
- (B) Em se tratando de manifestações em espaços públicos, seu exercício lícito exige prévia autorização do órgão ou autoridade a que se dirija.
- (C) Toda manifestação implica para autoridade que dela tomar conhecimento no dever de comunicar sua ocorrência aos órgãos competentes para a responsabilização dos organizadores.
- (D) Trata-se de liberdade fundamental, mas seu exercício não é permitido no interior das sedes dos poderes de Estado.

QUESTÃO 22

O exercício da representação política no Estado brasileiro, consideradas todas as esferas da Federação no modelo atual, está **corretamente** relacionado ao requisito contido em:

- (A) Direito de sufrágio.
- (B) Objeto de norma estabelecida apenas no plano infraconstitucional.
- (C) Vedação ao exercício direto de direitos políticos.
- (D) Voto indireto.

QUESTÃO 23

Os Estados que compõem uma Federação vinculam-se à seguinte premissa própria desta forma de organização:

- (A) Direito irrestrito de organização e parametrização da relação entre suas autoridades e seu próprio povo.
- (B) Obediência às normas constitucionais impostas simetricamente a todos os entes.
- (C) Prerrogativa de possuir forças armadas para sua própria defesa.
- (D) Prerrogativa de separar-se da Federação, conforme procedimento constitucional previsto.

QUESTÃO 24

Os Estados na Federação brasileira, no que se refere à organização das funções de sua competência, devem observar a seguinte **imposição** constitucional vigente quanto à separação de poderes:

- (A) Independência da função Legislativa, facultada sua divisão entre os poderes Legislativo e Executivo.
- (B) Observar as prerrogativas inerentes à separação dos três poderes (Legislativo, Executivo e Judiciário), facultada a criação do Ministério Público Estadual.
- (C) Prever a independência dos poderes Executivo e Legislativo, mas não necessariamente do poder Judiciário.
- (D) Prever prerrogativas institucionais inerentes à separação, garantidas na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

QUESTÃO 25

As normas regimentais da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais determinam, acerca do seu local de funcionamento:

- (A) Sua sede é na capital do Estado, deve funcionar no Palácio da Inconfidência, mas, por motivo de conveniência pública e deliberação da maioria de seus membros, pode a Assembleia Legislativa reunir-se, temporariamente, em qualquer cidade do Estado.
- (B) Sua sede é na capital do Estado, deve funcionar no Palácio da Inconfidência, vedada sua reunião em outra cidade do Estado.
- (C) Sua sede é na capital do Estado, deve funcionar no Palácio da Inconfidência, exceto para as reuniões preparatórias.
- (D) Sua sede, funcionamento e local de reuniões devem ser definidos a cada legislatura.

QUESTÃO 26

A seleção, o provimento e a administração dos servidores da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais competem:

- (A) à própria Assembleia, independentemente de concurso público.
- (B) à própria Assembleia, mediante iniciativa do Governador de Estado.
- (C) à própria Assembleia.
- (D) ao poder Executivo, mediante cessão de pessoal.

QUESTÃO 27

O Deputado da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais que receber informações de terceiros em razão do exercício do mandato está protegido por prerrogativa do cargo, conforme a seguinte alternativa:

- (A) O Deputado não é obrigado a testemunhar sobre tal informação, o que lhe é garantido por seu estatuto funcional.
- (B) O dever do Deputado de testemunhar sobre a informação depende da prévia autorização da Assembleia.
- (C) O dever do Deputado de testemunhar sobre a informação não alcança aquelas que o prejudiquem.
- (D) O dever do Deputado de testemunhar sobre a informação se restringe à esfera criminal.

QUESTÃO 28

O Deputado que proferir expressões ou apresentar proposições violadoras de direitos constitucionais, conforme norma regimental da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, **submete-se** à seguinte hipótese:

- (A) Extinção de mandato.
- (B) Proteção por imunidade formal.
- (C) Proteção por imunidade material.
- (D) Quebra de Decoro por abuso de prerrogativa.

QUESTÃO 29

O processo legislativo é exigência necessária à seguinte espécie de norma no âmbito do Estado de Minas Gerais:

- (A) Decretos regulamentares.
- (B) Leis delegadas.
- (C) Portarias estaduais.
- (D) Qualquer norma produzida no âmbito da Assembleia Legislativa.

QUESTÃO 30

O princípio da publicidade, que vincula a Administração Pública dos três poderes e demais órgãos de Estado, determina:

- (A) a publicidade como regra dos atos da Administração, permitidas as exceções previstas na Constituição e regulamentadas em lei.
- (B) a publicidade como regra, permitidas exceções a critério do legislador mediante norma infraconstitucional.
- (C) a publicidade dos atos estatais, desde que reivindicada pelo procedimento legal estabelecido para demandar informações individual ou coletivamente.
- (D) o sigilo como regra geral, permitida a publicidade conforme regulamentada por Lei.

PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**QUESTÃO 31**

Leia o trecho a seguir, selecionado do livro “Uma introdução à história do design”, de Rafael Cardoso:

O design é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de modo interligado e concomitante, em escala mundial, entre os séculos 19 e 20. O primeiro destes é a industrialização: a reorganização da fabricação e distribuição de bens para abranger um leque cada vez maior e mais diversificado de produtos e consumidores. O segundo é a urbanização moderna: a ampliação e adequação das concentrações de população em grandes metrópoles, acima de um milhão de habitantes. O terceiro pode ser chamado de globalização: a interação de redes de comércio, transportes e comunicação, assim como dos sistemas financeiro e jurídico que regulam o funcionamento das mesmas.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008. p. 22.

Sobre a história do *design* é **CORRETO** afirmar:

- (A) As escolas de *design* têm um papel importante para desmistificar a pseudorelação existente entre *design*, arte e artesanato.
- (B) Embora o ofício já existisse, há um acordo formal amplamente ratificado para que só seja considerado designer aquele profissional que tenha se graduado em curso superior de *design*.
- (C) Entende-se que os primeiros designers eram operários que, por experiência ou habilidade, foram promovidos a uma posição de controle e concepção, em relação às outras etapas do processo de trabalho.
- (D) O *design* e o designer são produtos formais do movimento modernista que se concretiza no século 20.

QUESTÃO 32

Sobre sensações visuais acromáticas e cromáticas, leia as afirmações a seguir:

- I. Ao misturarmos duas cores básicas aditivas, teremos como resultado uma cor básica também aditiva.
- II. Sensações visuais acromáticas são aquelas que têm apenas a dimensão da luminosidade. Elas não são cores.
- III. Em termos de aplicação comercial prática, tem-se que as cores básicas são o vermelho, o amarelo e o azul.

É **CORRETO** apenas o que se afirma em:

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

QUESTÃO 33

A criação de paletas e combinações de cores deve levar em conta vários aspectos. Um deles é cultural e leva em conta tendências globais de comportamento. Anualmente, a empresa Pantone elege uma cor que busca resumir um sentimento global, ao mesmo tempo que propõe apontar esta tendência.

Sobre o assunto, Laurie Pressman, vice-presidente do Pantone Color Institute, diz:

“A Cor do Ano Pantone reflete o que está acontecendo em nossa cultura global, expressando o que as pessoas estão procurando através daquela cor e o que podem esperar em resposta às suas expectativas”.

Fonte: <https://www.pantone.com.br/cor-do-ano-2022>

Entendendo que as cores refletem comportamentos e têm relação com interpretações culturais, sobre composição de cores e seus impactos nas pessoas, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Como o uso de cores é algo que varia de acordo com as tendências sociais, não cabe estabelecer normas sobre o uso de cores em qualquer segmento de atuação.
- (B) No campo publicitário, o uso de cores é o único fator que afeta ou interfere na sugestibilidade.
- (C) Os signos visuais apenas possuem valor real quando as pessoas a quem dirigem precisam se esforçar para decodificá-los.
- (D) Se quisermos impelir os usuários a ações rápidas, devemos usar cores com conotações facilmente verificáveis.

QUESTÃO 34

Leia o trecho a seguir, adaptado do livro “Pensar com tipos”, de Ellen Lupton.

Um sistema básico de classificação de tipos foi concebido no século 19, quando a indústria gráfica buscava identificar uma herança para seu próprio ofício análoga à da história da arte. [...] Desde então, historiadores e críticos da tipografia propuseram esquemas mais refinados que tentam capturar melhor a diversidade das formas das letras. Designers nos séculos 20 e 21 continuaram a criar novos tipos de letra com base em características históricas.

Adaptado de: LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores editores e estudantes. São Paulo: Olhares, 2021.

Sobre classificação dos tipos, é **CORRETO** afirmar:

- (A) As letras humanistas estão intimamente ligadas a traços menos orgânicos.
- (B) Os três grupos principais - Humanista, Transicional e Moderno - correspondem aos períodos da Trovadorismo, Arte Bizantina e Iluminismo, respectivamente.
- (C) Tipos e modernos têm curvas e angulações que lembram os movimentos das mãos.
- (D) Tipos transicionais são representados por letras mais abstratas.

QUESTÃO 35

Analise as representações a seguir.



A descrição **CORRETA** das representações indicadas de 1 a 4 é:

- (A) 1 - Estilo Moderno. As fontes são radicalmente abstratas. É possível observar as serifas finas e retas; eixo vertical; e contraste nítido de traços grossos a finos.
- (B) 2 - Estilo humanista ou antigo. As fontes romanas dos séculos XV e XVI imitavam a caligrafia clássica.
- (C) 3 - Serifa egípcia. Numerosos tipos de letra arrojados e decorativos foram introduzidos no século XIX para uso em publicidade. As fontes egípcias têm serifas grossas e planas.
- (D) 4 - Transicional. Esses tipos de letra têm serifas mais nítidas e um eixo mais vertical do que as letras humanistas. Quando estes tipos de letra foram introduzidos, suas formas nítidas e alto contraste foram considerados chocantes.

QUESTÃO 36

O trecho abaixo foi retirado do livro “Elementos de semiótica aplicados ao design”, escrito por Lucy Niemeyer. Leia-o com atenção.

O código é o conjunto de signos que compõem a mensagem, perceptíveis ao receptor. O substrato, o meio pelo qual a mensagem é enviada se chama canal. O Gerador é responsável pela escolha das estratégias - código, mensagem e canal para se comunicar, mas o repertório do Interpretador será o fator determinante para que os objetivos do processo comunicacional sejam atingidos.

Portanto, é necessário que o Gerador elabore a sua mensagem de modo que os elementos ao passarem por um processo perceptivo do Interpretador tenham repercussão consistente com aquela visada pelo Gerador. Quanto mais o Gerador tem conhecimentos do repertório do Interpretador (e os aplica) maior será a possibilidade de êxito de seu propósito comunicacional.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2006. p. 29.

Sobre a aplicação da Semiótica ao processo de *design* mencionado no trecho acima, leia os itens a seguir.

- I. Para projetar ou produzir algo, o Gerador vai lançar mão de um conhecimento que pode acessar dos âmbitos tecnológico e/ou cultural.
- II. O Interpretador de um produto não é só o indivíduo único. Ele é multiplicável em vários sujeitos, usuários, consumidores ou não, meros espectadores de uma ocorrência.
- III. A Mensagem tem como objetivos, em primeiro lugar, fazer crer e, em segundo lugar, levar o Interpretador a fazer algo (ou seja: tomar uma decisão).

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

QUESTÃO 37

Sobre métodos de *design*, Peter Phillips, em seu livro “Briefing: a gestão do projeto de design”, ressalta a importância do documento de *briefing*:

O processo de elaboração do briefing de design garante a participação de todas as pessoas chaves, registrando-se todas as informações importantes e atualizadas. Garantindo-se uma unanimidade sobre os pontos essenciais, logo no início, mudanças posteriores no projeto tornam-se mínimas.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing**: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2010. p. 28

Sobre os elementos do *briefing* em um projeto de *design*, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A análise setorial refere-se à categoria industrial ou de serviço em que atua a empresa cliente. Muitas vezes, refere-se à "indústria", que é o conjunto de empresas atuando no mesmo setor.
- (B) A Estratégia de *design* é a parte do documento de *briefing* que determina, com precisão, o prazo e a remuneração justa para o projeto.
- (C) O Objetivo de um projeto é a parte mais importante do *briefing* de um projeto de *design*. Deve ser registrado devidamente, porque inclui os custos envolvidos e, aprovado, deve ser considerado fechado e imutável.
- (D) O Portifólio da empresa, no caso do *briefing*, é a porção do documento que reúne todas as características importantes do portfólio de clientes da empresa. Se o produto for universal, é necessário prestar atenção às diferenças étnicas e culturais de cada país.

QUESTÃO 38

Donald Norman, em seu livro “O design do dia a dia” defende a ideia do *design* centrado no usuário, uma abordagem de *design* que é baseada nas necessidades, interesses e facilidade de uso dos artefatos por parte de seus usuários.

Sobre o *design* centrado no usuário, leia as assertivas a seguir:

- I. No *design* centrado no usuário, o *design* deve tornar fácil determinar ações possíveis em um produto a qualquer momento.
- II. O *design* deve seguir os mapeamentos naturais entre as intenções e as ações exigidas; entre as ações e o efeito resultante; e entre as informações visíveis e a interpretação do estado do sistema.
- III. O *design* deve tornar o que é visível, invisível, inclusive o modelo conceitual do sistema, as ações opcionais e os resultados das ações.

É **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.

QUESTÃO 39

Na abordagem do *design* centrado no usuário, existem três modelos mentais que devem ser observados: o **modelo de *design***, o **modelo do usuário** e a **imagem do sistema**.

Sobre estes três modelos, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A imagem do sistema inclui os manuais de instruções e a documentação.
- (B) Idealmente, o modelo do usuário e o modelo do *design* são opostos e antagônicos.
- (C) O modelo do *design* representa como os usuários imaginam que o *design* deve ser.
- (D) O modelo do usuário representa como a equipe de *design* constrói arquétipos de usuários a partir das personas.

QUESTÃO 40

O glossário de termos de termos e verbetes da ADG (2000) apresenta o conceito de identidade visual da seguinte forma:

Identidade visual. *Design. Conjunto sistematizado de elementos gráficos que identificam visualmente uma empresa, uma instituição, um produto ou um evento, personalizando-os, tais como um logotipo, um símbolo gráfico, uma tipografia, um conjunto de cores.*

ASSOCIAÇÃO, DOS DESIGNERS GRÁFICOS. **ABC da ADG:** Glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico. São Paulo, 2000. p. 59.

Sobre a construção de identidade visual no *design* gráfico, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A construção de manuais de identidade visual tem como maior objetivo estabelecer a distinção conceitual que existe entre marca e o símbolo gráfico, que são elementos equivocadamente relacionados pela população geral.
- (B) A identidade visual restringe-se à marca, pois é como esta será identificada pela sociedade.
- (C) Códigos cromáticos, família de assinaturas e definições tipográficas são documentos de interesse de *designers*, apenas, não devendo constar em manuais de identidade visual.
- (D) Uma marca envolve atributos tangíveis e intangíveis, simbolizados por um sinal gráfico (a marca gráfica).

QUESTÃO 41

Leia o trecho a seguir, extraído do livro “Marcas: Design estratégico”, de Cecilia Consolo:

As marcas tornaram-se catalizadores de comportamentos e fazem parte da vida e da história das pessoas, como também compõem o imaginário e a história de seus países. Atualmente, a cultura e poder de determinadas nações se misturam à imagem que suas marcas alcançam no cenário econômico internacional. Algumas marcas de corporações multinacionais chegam a ter mais força que seus próprios governos em seus países e extrapolam o vínculo puramente comercial nos países onde instala suas sedes.

CONSOLO, Cecilia. **Marcas:** design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Blucher, 2014. p. 33.

Sobre o conceito ao qual o trecho acima faz referência, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A força de ações de *branding* é tamanha que as marcas mais famosas não precisam desenvolver produtos de qualidade para serem valorizadas. Nesse sentido, o *branding* representa uma quebra paradigmática de tamanha proporção em que a imagem vale mais do que o que ela representa.
- (B) Devemos ter muito cuidado com a escolha dos signos que usamos para representar marcas e fazer associações culturais. Dada a impossibilidade cognitiva de se ressignificar signos, as sociedades constroem interpretações rígidas e imutáveis acerca das marcas.
- (C) O processo de criação de identidade de uma marca é algo que deve acontecer quando na sua criação, visto que é um processo rápido e imutável. No momento que a marca se torna pública, não é mais possível fazer alterações relacionadas à mensagem que se pretende passar com aquela escolha.
- (D) Parte das estratégias de *branding* deve se dedicar à criação e consolidação de um símbolo, que deve ser eficiente o bastante para fluir em todos os canais e meios e seu *design* deve ser adequado, para poder segurar toda a carga de significados atribuída sobre ele.

QUESTÃO 42

Quando falamos em “*Branding*”, é fácil remetermos à apresentação do termo feita por Cameira (2020), que o descreve como sendo um conjunto de ações executado por empresas que acabam por compor um sistema de gerenciamento de suas marcas e como estas são percebidas, orientado pela significância e pela influência que as marcas podem ter nas vidas das pessoas, objetivando a geração de valor para os seus públicos de interesse.

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. **Branding + design**: a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: Editora Senac, 2020

Sobre *Branding*, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A desmaterialização do consumo se relaciona com a ascensão do *branding*. Nesse sentido, o *design* em si é um acessório de menor ou quase nula relevância e a questão visual que antes materializava a marca, atribuindo-lhe identidade, agora é nula. O que importa é o desejo de consumir, apenas.
- (B) *Branding* é algo que não aconteceu de repente, como uma grande invenção. É, pois, uma mudança paradigmática em que deixa o *design* de lado e o foco passa a ser exclusivamente as ações de *marketing* voltadas para o consumo.
- (C) *Branding* engloba a continuidade dos tradicionais programas de identidade corporativa, associado ao *marketing* e ao *design*.
- (D) *Branding*, por envolver ações que vão além das definições visuais de design deve ser algo trabalhado por outro profissional, não o *designer*.

QUESTÃO 43

Tai Hsuan An, em seu livro “Design: conceitos e métodos”, apresenta um conceito abrangente e adequado de *design*:

Design é toda atividade projetual efetiva de criação e produção de objetos, sistema de objetos e ambientes organizados, realizada por meio de processos racionalizados, com o objetivo de contribuir para melhorar a qualidade de vida humana.

AN, Tai Hsuan. **Design:** conceitos e métodos. Editora Blucher, 2017. p. 45

Sobre *design*, leia os trechos a seguir:

- I. O *design*, para ser efetivo e satisfatório, depende da atividade inteligente, pensada, racional, mesmo altamente influenciada pela intuição, sentimentos, percepção estética e sensibilidade artística. O projeto constitui um processo essencialmente de racionalização não só do processamento, da avaliação e da aplicação dos dados úteis, mas também da sequência das operações, experimentações, análises e métodos de criação. Atividades são, assim, *projetuais*, isto é, baseadas em processo, métodos e técnicas de projeto.
- II. O *design* é capaz de contribuir, por meio de atuações inovadoras, para atender às necessidades comuns da humanidade, tais como a acessibilidade e a sustentabilidade.
- III. A intervenção do designer realiza-se por meio de atividades projetuais, com objetivos claramente definidos, dados suficientemente coletados e processados (organizados e avaliados), em função do desenvolvimento de todo um processo de criação e produção do objeto, a fim de oferecer uma solução a determinado problema previamente definido.

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

QUESTÃO 44

Buscamos, através de nossa percepção visual, formas simples e ordenadas em tudo que vemos. A teoria da *Gestalt* nos mostra que, tanto no estudo e na criação de formas bi e tridimensionais como na organização de objetos em espaços, a simplicidade é a característica formal de padrões visuais de mais fácil reconhecimento perceptivo.

Sobre a teoria da *Gestalt* e sua aplicação em processos de *design*, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A pregnância da forma é a lei básica da percepção visual da *Gestalt*. De acordo com esse princípio, um objeto com alta pregnância é aquele que tende para o mais simples, equilibrado, homogêneo, ao mesmo tempo que é repleto de irregularidades.
- (B) A segregação da forma consiste no trabalho das características semelhantes dos estímulos produzidos pelo campo visual e é um dos princípios mais elementares da *Gestalt*.
- (C) O fator fechamento na teoria da *Gestalt* pode ser definido como a impressão visual de como as partes se sucedem por meio da organização perceptiva da forma de modo coerente, sem quebras; ou seja: fechadas.
- (D) Proximidade e semelhança são dois elementos da *Gestalt* que, muitas vezes, são trabalhados mutuamente para formar unidades e unificar a forma.

QUESTÃO 45

O *design* é uma disciplina de solução de problemas. Se o *design* estiver inserido em um ambiente de negócios, então suas operações servirão para solucionar problemas de negócios.

Sobre a aplicação do *design* no contexto de negócios, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A colaboração do *design* numa empresa é importante e concentra-se única, efetiva e taticamente apenas no processo de concepção do produto.
- (B) A concepção de *design* nos negócios visa separar dos aspectos relacionados a comunicação e as vendas. O *design* tem uma colaboração conceitual efetiva, porém pouco pode colaborar com aspectos práticos e operacionais.
- (C) *Design* não pode reduzir os salários nem os benefícios sociais dos empregados da produção, a fim de reduzir custos. No entanto, *design* pode reduzir os custos das matérias-primas, especificando-se diferentes materiais ou realizando projetos mais econômicos e racionais.
- (D) O *design* é um importante veículo; um meio para informar sobre os produtos ou serviços da empresa. Este papel, embora restrito, tem grande valor.

QUESTÃO 46

Existem inúmeros serviços e plataformas sociais. Para desenvolver estratégias e ações de *marketing* em plataformas sociais, é preciso um plano de *marketing* com sólidas informações sobre o mercado, o produto, o público com o qual se quer conversar e, principalmente, com objetivos bem definidos.

Sobre estratégias de *marketing* em plataformas sociais, é **CORRETO** afirmar:

- (A) As plataformas de rede social são usadas, primordialmente, por pessoas jovens como forma de entretenimento contemporâneo. Nesse sentido, é importante que toda e qualquer atuação de marca nas redes sociais seja pautada pelas piadas e memes.
- (B) É necessário que a empresa/marca estabeleça uma presença em toda e qualquer plataforma que exista, independentemente de qualquer orientação estratégica. O espaço virtual precisa ser ocupado em sua plenitude.
- (C) Em mercados com poucos competidores, a probabilidade de uma marca já atuante nesse mercado ser pouco conhecida é grande, visto que, normalmente, os líderes de mercado praticamente fazem com que seus concorrentes desapareçam na internet.
- (D) Para construir uma estratégia de ação em plataformas sociais, é necessário saber o que se propõe e com quem se deseja interagir. Então se define quais canais (plataformas usar) e como será construída a presença efetivamente.

QUESTÃO 47

O *Business Model Canvas* (BMC) faz parte da tendência de aplicação visual e de *design thinking* ao *marketing* e aos negócios. Por meio de seu processo não linear, o BMC possibilita a criação de um sistema visual que seja acessível, legível e fácil de entender para todo o mundo. O canvas é, portanto, um meio que os empreendedores podem usar para refletir e construir seu modelo de negócios em uma única página: eles podem facilmente organizar suas ideias nas caixas do *template*, de forma a movimentar mais rapidamente – e efetivamente – à ação.

Sobre *Business Model Canvas* e sua aplicação, é **CORRETO** afirmar:

- (A) As atividades-chave são essenciais para a empresa, pois, através delas, é criada uma proposta de valor para o cliente, que indiretamente gera receita. Esse quadro, no entanto, tem sempre praticamente o mesmo conteúdo, que é referente a vendas. Afinal, todo e qualquer empreendimento existe com a única finalidade de vender e toda aplicação do BMC se refere a aumentar as vendas.
- (B) Cultivar relacionamentos com os consumidores estimula sua fidelização, garantindo, assim, a sustentabilidade da empresa. Nesse sentido, o quadro de relacionamento com consumidores é o quadro mais importante de todos no Canvas, visto que é nesse quadro que colocamos diretamente a fonte de financiamento para o negócio.
- (C) O Quadro de Canais no Canvas é muito importante para a entrega de valor. As propostas de valor são entregues aos clientes por meio de canais. Publicidade, redes sociais e demais ações são 'interfaces' cruciais entre a empresa e seus clientes.
- (D) Uma crítica que se pode fazer ao *Business Model Canvas* é que esse modelo é puramente baseado em ações reativas da empresa a seus concorrentes, deixando de tratar, de forma direta e objetiva, a estrutura, as estratégias e o funcionamento interno da empresa.

QUESTÃO 48

A presença digital ocorre por meio de conteúdos que são publicados por uma marca ou empresa em diferentes ambientes digitais. Assim sendo, o site da empresa é um ponto de sua presença digital. De igual maneira, os perfis e as páginas que a empresa venha a criar em plataformas sociais representam pontos de sua presença digital.

Sobre presença digital, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Ações de e-mail são bastante interessantes em termos de difusão de conteúdo e podem ser usadas como parte de estratégias digitais de empresas. No entanto, como as mensagens chegam às caixas de correio dos usuários e eles podem apagá-las, não podem ser consideradas presença digital efetiva.
- (B) As diferentes presenças de uma marca no contexto digital se dividem em presenças próprias (o *site* da empresa, seu perfil em uma rede social), presenças espontâneas (quando uma empresa é citada de forma orgânica, recebendo *links* em outros *sites*) e presenças pagas (quando a marca recebe dinheiro em troca de colocar em seu *site* mensagens de terceiros, pagando a sua presença).
- (C) Como no mundo contemporâneo estamos todos usando as plataformas sociais constantemente, é estratégico para uma marca que concentre sua presença exclusivamente nesses serviços. O ponto positivo de manter páginas e perfis em sites de rede social como presença única de uma empresa na internet é que, nesses ambientes, a empresa tem total controle sobre o que se fala dela.
- (D) *Marketing*, tecnologia e *design* são áreas que devem operar em sinergia quando se planeja uma estratégia de presença digital para uma marca. O *marketing* dá o aporte de posicionamento e objetivos, enquanto a tecnologia fornece a estrutura ideal para operacionalizar esses objetivos e o *design* é o responsável por garantir a experiência ideal para o público-alvo.

QUESTÃO 49

As Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) abrangem diversas recomendações com a finalidade de tornar o conteúdo da Web mais acessível.

Leia, a seguir, algumas informações sobre as Diretrizes:

- I. De acordo com as WCAG, as animações de movimento acionadas por interação podem ser desativadas, a menos que as animações sejam essenciais para a funcionalidade ou para as informações transmitidas pelo sistema.
- II. Sobre o uso de CAPTCHA, as WCAG recomendam que, se a finalidade do conteúdo não textual for confirmar que o conteúdo está sendo acessado por uma pessoa e não por um computador, então devem ser fornecidas alternativas textuais que identificam e descrevem a finalidade do conteúdo não textual. Formas alternativas de CAPTCHA, que utilizam modos de saída para diferentes tipos de percepção sensorial, devem ser apresentadas para atender diferentes deficiências.
- III. Seguindo-se as recomendações das WCAG, o trato do espaçamento de texto deve contemplar as seguintes indicações: a altura da linha deve ser pelo menos 2 vezes o tamanho da fonte; o espaçamento dos parágrafos seguintes de pelo menos 4 vezes o tamanho da fonte; e o espaçamento de letras deve ser de pelo menos 2,5 vezes o tamanho da fonte. Por fim, neste aspecto, as recomendações das WCAG são as de que o espaçamento de palavras não deve ser inferior a 0,5 vezes o tamanho da fonte.

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

QUESTÃO 50

Observe, abaixo, um quadro com informações de título e descrição de algumas Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WACG).

TÍTULO	DESCRIÇÃO
I - Teclado (sem exceção)	1 - Ao se interagir via teclado, a navegação por todos os elementos "clicáveis" deve ocorrer sem que haja interrupções.
II - Sem bloqueio de teclado	2 - Todas as funcionalidades devem ser acionadas via teclado, a menos que a funcionalidade não possibilite o controle apenas por teclado.
III - Teclado	3 - Todas as funcionalidades devem ser acionadas via teclado.

A alternativa que relaciona **CORRETAMENTE** os títulos às recomendações é:

- (A) I-1 / II-3 / III-2
- (B) I-2 / II-3 / III-1
- (C) I-3 / II-1 / III-2
- (D) I-3 / II-2 / III-1

QUESTÃO 51

A jornada descreve o percurso de um usuário por uma sequência de passos dados para alcançar um objetivo.

Sobre as jornadas dos usuários e seu papel na construção de produtos digitais, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Cada passo da jornada deve ser detalhado ao máximo. Se quisermos compreender em profundidade cada passo do usuário na execução da tarefa, o detalhamento deve chegar ao nível máximo.
- (B) Devemos estar sempre atentos para que jamais misturemos as funcionalidades dos produtos em desenvolvimento com as jornadas dos usuários. Dessa forma, sem colocar as funcionalidades nas jornadas, conseguimos garantir o surgimento de novas ideias e inovações.
- (C) É comum que alguns dos passos da jornada do usuário representem diferentes pontos de contato com o produto, caracterizando a interação da pessoa com ele.
- (D) Um importante norte para a construção de jornadas dos usuários é ter em mente seus objetivos e necessidades. Nesse sentido, uma jornada bem construída só é possível com a documentação em vídeo da interação real do usuário. É por isso que a construção de jornadas costuma encarecer o processo de *design*.

QUESTÃO 52

Testes de usabilidade em *websites* são procedimentos em que um usuário utiliza um sistema interativo realizando tarefas apresentadas por um facilitador. Enquanto suas interações são registradas, podemos descobrir problemas com o produto e identificar pontos de melhoria.

Sobre Testes de usabilidade, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Para economizar com testes de usabilidade, podemos realizá-los em grupo, com sessões de grupo focal. Tais procedimentos deixam o processo mais rápido e eficiente.
- (B) Testes de usabilidade podem ser feitos em diferentes etapas do processo de desenvolvimento, tanto no produto que está sendo desenvolvido quanto nos produtos concorrentes.
- (C) Testes de usabilidade apenas têm validade quando realizados com um número estatisticamente válido de usuários para representar o universo de usuários possíveis do sistema. Nesse sentido, sua execução é invariavelmente cara e demorada.
- (D) Testes de usabilidade só devem ser feitos quando o produto está pronto, prestes a ser lançado. Assim, temos a chance de realizar o teste com algo que está mais próximo da realidade.

QUESTÃO 53

O processo de construção de produtos digitais envolve uma série de procedimentos e demanda a participação de profissionais de diferentes especialidades. A lista abaixo descreve alguns desses procedimentos.

- I. Procedimentos de descoberta, construção e validação de estruturas, padrões de organização e compreensão de nomenclaturas de elementos do produto digital, normalmente realizados com usuários, para o desenvolvimento de soluções interativas.
- II. Utilização de *software* de concepção rápida, como o Adobe XD ou o Figma, para a validação de ideias e demonstração de funcionalidades.
- III. Documentos construídos a partir da compreensão de dados referentes a características, problemas, demandas e expectativas de grupos de usuários.
- IV. Concepção dos caminhos pelos quais os usuários precisarão passar, a fim de completar cada tarefa do produto digital em desenvolvimento, enumerando cada tela/página e as funcionalidades necessárias para a execução das tarefas, bem como todos os acontecimentos relacionados a elas no sistema.

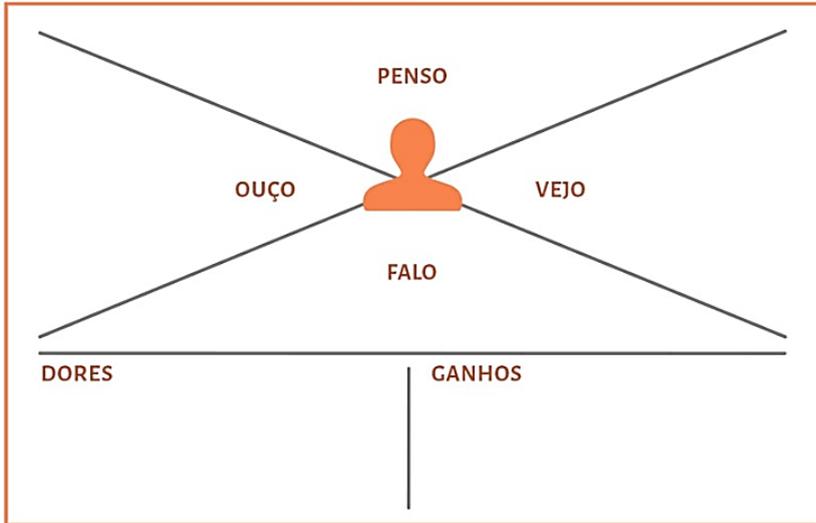
Cada um dos procedimentos da lista **CORRETAMENTE** identificado em:

- (A) I –Arquitetura de Informação; II – Prototipação; III - Identificação de personas; IV – *Design* de Interação.
- (B) I – Grupos Focais; II – Prototipação; III – Identificação de personas; IV – *Design* de Navegação.
- (C) I – Arquitetura de Informação; II – Desenvolvimento *front end*; III – Identificação de Personas; IV – *Design* de Interação.
- (D) I – Testes de usabilidade; II – Prototipação; III – *Deep Dive*; IV – Fluxos de navegação.

QUESTÃO 54

Os mapas de empatia, exemplificados pela figura abaixo, são ferramentas importantes que sumarizam o que sabemos sobre um determinado tipo de usuário.

São mecanismos importantes para representarmos visualmente o conhecimento que se reuniu sobre o usuário.



Fonte: CAROLI, Paulo. **Lean inception**: como alinhar pessoas e construir o produto certo. Porto Alegre: Editora Caroli, 2020.

Sobre os mapas de empatia, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A aplicação dos mapas de empatia tem grande utilidade no processo de identificação de personas para um projeto.
- (B) A construção de um mapa de empatia é um processo que se constrói única e exclusivamente por meio de entrevistas com usuários.
- (C) A melhor forma de termos um mapa de empatia verdadeiro e fidedigno é distribuir mapas em branco para os usuários e pedir para que eles mesmos preencham com as informações.
- (D) O mapa de empatia deve ser construído ao início do processo e não deve ser alterado. Qualquer alteração nele implica o reinício do processo de design, pois todas as decisões de design dependem do que está ali.

QUESTÃO 55

MVP é uma sigla que indica o Produto Mínimo Viável (ou, em inglês, *Minimum Viable Product*). Ou seja, é a versão mais simples de um produto que pode ser disponibilizada para a validação de um pequeno conjunto de hipóteses sobre o produto e, claro, o negócio. Assim sendo, é extremamente útil na construção de produtos e soluções digitais.

Sobre o Produto Mínimo Viável, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A entrega contínua e incremental do *design* tradicional proporciona o aumento também contínuo do custo de desenvolvimento. Com a aplicação do MVP, tem-se um rompimento com esse modelo de desenvolvimento gradual e cumulativo, o que reduz o custo do projeto de desenvolvimento do produto ao longo do tempo
- (B) A ideia de construir um MVP é importante porque, se o MVP passar nos testes, temos a certeza de que um produto simples pode ser eficiente e não precisará de quaisquer implementos.
- (C) A ideia por trás de se construir o MVP é acelerar o processo e romper com a lógica de uma evolução gradativa. Com um MVP, tem-se a aplicação prática do “menos é mais”.
- (D) MVP não significa que o produto não vá evoluir e que suas funcionalidades não serão incrementadas. Muito pelo contrário: a ideia por trás de MVP é o desenvolvimento validado e guiado pelos resultados iniciais.

QUESTÃO 56

Design Thinking, leia as assertivas a seguir:

- I. A disposição e até a aceitação das restrições com empolgação constituem o fundamento do *Design Thinking*.
- II. *Design Thinking* precisa ser praticado exclusivamente por designers, que atuarão para que o cliente possa avaliar os resultados.
- III. *Design Thinking* é o contrário de pensar em grupo, mas, paradoxalmente, ocorre em grupos.

É **CORRETO apenas** o que se afirma em:

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

QUESTÃO 57

Design Thinking propõe uma abordagem de *design* centrada no ser humano. Colocar o ser humano no centro do processo de *design*, portanto, é uma recomendação importante nessa abordagem.

Sobre *Design Thinking* e o *design* centrado em seres humanos, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A melhor maneira de conduzir procedimentos de observação para garantir a efetiva aprendizagem sobre comportamentos é criar em laboratório réplicas de cenários reais e contratar atores para atuar como usuários. Dessa forma consegue-se obter todas as nuances dos processos relacionados ao uso.
- (B) A observação é um importante recurso para entender o que as pessoas não fazem ou não dizem. Nesse sentido, observar para compreender como as pessoas operam um determinado dispositivo ou chegam a uma determinada solução pode ser importante fonte de *insights* para descobrir como fazer algo novo
- (C) Observar os usuários é importante, mas apenas no que se refere ao contexto de uso. Um risco que corremos ao observar usuários em contexto real é termos acesso a questões que vão além do uso estrito do produto em questão.
- (D) Tão importante quanto saber observar os usuários, é necessário saber quais usuários observar. *Design Thinkers* devem aprender a identificar os usuários mais radicais e excluí-los das suas observações, visto que não representarão as pessoas que efetivamente usarão os produtos em desenvolvimento.

QUESTÃO 58

Construir protótipos é essencial na abordagem de *design* centrada em seres humanos e no *Design Thinking*.

Sobre protótipos e sua aplicação no *Design Thinking*, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A única exceção na abordagem do *Design Thinking* com relação a protótipos se relaciona aos produtos intangíveis. Para esses, não é possível conceber protótipos.
- (B) Construir protótipos nos permite explorar muitas ideias paralelamente. No entanto, precisamos construí-los de forma adequada, com o investimento adequado, para que funcionem a contento e passem nos testes. Um protótipo que falha num teste de uso é um protótipo inútil.
- (C) Na abordagem do *Design Thinking*, os protótipos só devem consumir o tempo, o empenho e o investimento necessários para gerar *feedbacks* úteis e levar uma ideia adiante.
- (D) Os procedimentos de ensaio de uso realizados com protótipos não devem envolver os usuários reais, visto que é necessário que se tome conta de questões relacionadas a confidencialidade no processo de criação.

QUESTÃO 59

Uma experiência deve ser tão primorosamente elaborada e projetada com tanta precisão quanto qualquer outro produto.

Sobre *Design* de Experiências, leia as assertivas a seguir:

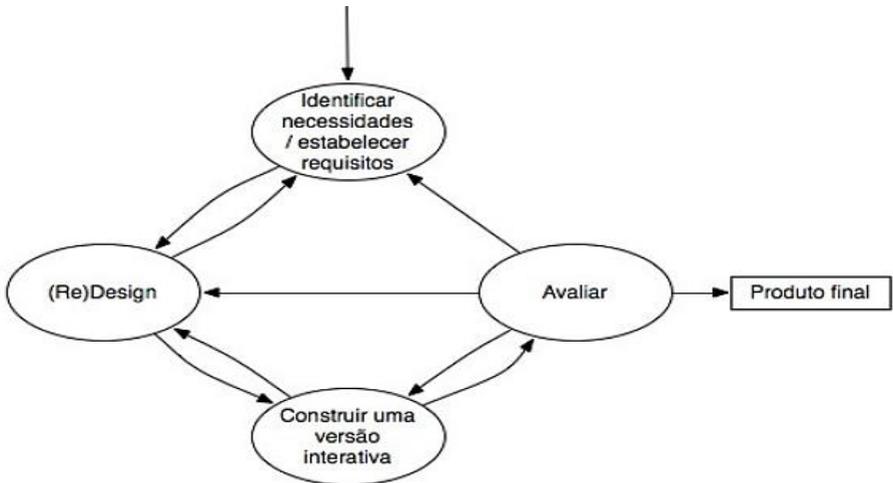
- I. Desde o momento em que primeiro se interessa por um assunto até a decisão de compra e posterior uso do produto, o consumidor se aproxima da marca em vários momentos em lojas físicas ou na internet. Todos esses momentos são oportunidades de criação ou continuidade de experiências. Para podermos construir boas experiências, precisamos conhecer bem as pessoas, suas demandas e expectativas.
- II. Todos os tipos de negócios podem se beneficiar do *Design* de Experiências: produtos, serviços, varejo e até atendimentos de saúde e educação consistem em experiências que podem ser compreendidas em profundidade e planejadas para que o usuário se sinta confortável e atendido em qualquer etapa do processo.
- III. Experiências são vivenciadas em diversos pontos de contato possíveis em que o consumidor tem a oportunidade de se relacionar com uma marca ou mesmo com seus agentes. Entretanto, é importante ter em mente que as boas experiências precisam de contexto e, nesse sentido, há restrições para o *Design* de Experiência, que não pode ser aplicado a serviços funerários, por exemplo.

É **CORRETO** apenas o que se afirma em:

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

QUESTÃO 60

O ciclo iterativo de *design*, ilustrado na imagem abaixo, tem íntima relação com o *design* centrado no usuário, *design thinking*.



Sobre o ciclo iterativo e o desenvolvimento de soluções centradas em pessoas, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A avaliação dos protótipos deve sempre ser feita por equipes externas, visto que a equipe de desenvolvimento conta com um viés que pode atrapalhar o processo.
- (B) A construção de versões interativas é importante e deve ser bem-feita. Esse processo é o de teste de mercado e os produtos que passarem nesses testes (a avaliação) são amplamente distribuídos.
- (C) A etapa de *design* representa o ponto de construção de conceitos e ideias que virarão os protótipos. É um momento de ensaio e erro e deve seguir regras estritas e amplamente estabelecidas.
- (D) A etapa de identificação de necessidades e estabelecimento de requisitos se relaciona intimamente com a observação e compreensão dos usuários, preferencialmente em contexto de uso real.

CONCURSO PÚBLICO PARA PROVIMENTO DE CARGOS DO QUADRO DE PESSOAL DA SECRETARIA DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

EDITAL 01/2022

PARA VOCÊ DESTACAR E CONFERIR O SEU GABARITO.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	

13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	

25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	

37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	

49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	

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

