

CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA - CIEE

Tribunal de Justiça do Estado de Rondônia

Caderno de Questões

PUBLICIDADE PROPAGANDA – NÍVEL SUPERIOR

Data: 08/12/2019 - 08:15 às 12:15
Número de questões: 40 (quarenta)

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES E AGUARDE AUTORIZAÇÃO PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES

1. Verifique se este Caderno de Questões corresponde com o curso que você está matriculado, caso não seja, solicite a substituição para o fiscal da sala.
 2. Não haverá substituição da Folha de Respostas, em caso de rasura a resposta será anulada. Preencher a folha pintando toda a bolinha, conforme exemplo: 
 3. Cada candidato receberá um Caderno de Questões e uma Folha de Resposta com seu nome e CPF para transcrever as respostas da prova. Confira se os dados estão corretos.
 4. A Folha de Resposta não será substituída em qualquer hipótese, devendo o candidato tomar o devido cuidado no seu manuseio e preenchimento.
 5. Na correção da Folha de Resposta, será atribuída nota 0 (zero) às questões não assinaladas ou que contiverem mais de uma alternativa marcada ou emenda ou rasura, ainda que legível. Não deverá ser feita nenhuma marca fora do campo reservado às respostas, pois qualquer marca poderá ser lida pelas leitoras ópticas, prejudicando o desempenho do candidato.
 6. O tempo previsto para aplicação das provas será de 4h00 min, não havendo, por qualquer motivo, prorrogação em virtude de afastamento de candidato da sala.
 7. O candidato somente poderá se ausentar do recinto das provas após **02 (duas) horas** contadas a partir do efetivo início, podendo levar consigo a prova.
 8. As provas serão realizadas sem consulta a qualquer material, não sendo permitida, durante sua realização, a comunicação entre os candidatos ou a utilização de aparelhos eletrônicos (BIP, telefone celular, walkman, smartphones, tablets, iPod®, agenda eletrônica, palmtop, notebook, receptor, máquina de calcular, máquina fotográfica, controle de alarme de carro, relógio do tipo databank, gravador, pager etc.), livros, anotações ou qualquer tipo de objeto ou material semelhante.
 9. Terá sua prova anulada e será automaticamente eliminado do processo o candidato que, durante a realização da prova:
*Usar ou tentar usar meios fraudulentos e/ou ilegais para a sua realização;
*For surpreendido dando ou recebendo auxílio para a execução de quaisquer das provas;
- *Faltar com a devida cortesia para com qualquer um dos examinadores, seus auxiliares, autoridades presentes ou candidatos;
*Se recusar a entregar o material de provas ao término do tempo de provas;
*Afastar-se da sala, a qualquer tempo, sem o acompanhamento de fiscal;
*Perturbar, de qualquer modo, a ordem dos trabalhos, incorrendo em comportamento indevido.
10. Os cadernos e gabaritos provisórios serão divulgados no sítio do CIEE no dia **09/12/2019**.
 11. O prazo para interposição de recursos do gabarito provisório será nos dias **10/12/2019 e 11/12/2019**, por meio de requerimento totalmente preenchido e encaminhado para o e-mail: processoseletivotjro@ciee.org.br. O arquivo do requerimento está disponível para download no Portal do CIEE.
 12. Se do exame dos recursos resultarem anulação de questão, a pontuação correspondente a essa questão será atribuída a todos os candidatos, independentemente de terem recorrido.
 13. Serão elaboradas listas de classificação, divididas por comarca e curso, em ordem decrescente de pontos obtidos.
 14. Não será fornecido ao estudante comprovante de classificação no processo seletivo, valendo, para esse fim, as listas de classificação divulgadas no sítio do CIEE na internet.
 15. O resultado definitivo será divulgado no dia **04/02/2020**, para os estudantes de nível médio, nível superior, no sítio do CIEE na internet.
 16. O processo seletivo terá validade de 01 ano, contado a partir da publicação do resultado final, podendo ser prorrogado uma única vez por um período de 06 (seis) meses a critério da TJRO.
 17. É de inteira responsabilidade do candidato, acompanhar a publicação de todos os atos, Editais e comunicados referentes a este processo seletivo, os quais serão afixados no sítio do Centro de Integração Empresa Escola – CIEE www.ciee.org.br, devendo manter atualizados seus dados cadastrais junto a esta instituição.
 18. A participação no processo seletivo implica na concordância com todas as normas e condições contidas no Edital de Seleção.

Boa Prova!

LÍNGUA PORTUGUESA

A tecnologia que poderia tornar a próxima geração mais saudável, feliz e inteligente

Imagine inovações tecnológicas que nos permitam gerar filhos livres de doenças genéticas — ou, pelo menos, com um risco bastante reduzido de tê-las. Imagine, ainda, que possamos nos assegurar de que as crianças do futuro sejam significativamente mais inteligentes, saudáveis e, no geral, mais capazes que as do passado. Deveríamos dar boas-vindas a esse futuro! No entanto, muitos veem com alarme a perspectiva de designer babies, ou bebês geneticamente modificados. Um artigo recente, publicado na prestigiosa MIT Technology Review, mostra algumas das razões para esse alarme — e por que tais reações negativas são problemáticas. Há uma forte tendência de julgar inovações tecnológicas de alto padrão, ao mesmo tempo que se relevam sérios problemas no *status quo*.

A autora do artigo, a jornalista científica Laura Hercher, não condena o uso de triagem genética para assegurar que bebês estejam livres de doenças. Sua preocupação é que isso criará desigualdades perigosas, porque nem todo mundo terá acesso às novas tecnologias, principalmente no começo. Segundo Hercher, alguns serão incapazes de se beneficiar delas, porque lhes faltam recursos ou instalações disponíveis em sua região geográfica. Outros se recusarão a utilizá-la porque a “tecnologia reprodutiva é menos aceita em grupos raciais, étnicos e religiosos nos quais ser visto como infértil carrega um estigma”. A menos que essas desigualdades sejam eliminadas, ela argumenta, bebês geneticamente modificados criarão disparidades perigosas.

[...]

O problema com essa crítica aos bebês geneticamente modificados é que ela ignora problemas muito mais graves no *status quo*. Já vivemos numa sociedade em que doenças genéticas só “acontecem com algumas pessoas”. Acontecem apenas com os azarados o suficiente para nascerem com os genes errados. Não há dúvidas de que aqueles nessa categoria — e suas famílias — “carregam um fardo maior de doença genética”. Quando eu estava no ensino médio, havia um garoto em minha rua que tinha síndrome de Down. É bem óbvio que o fardo da

doença genética está muito mais presente nele do que em mim.

Tampouco é verdade que os perigos de uma doença genética estejam distribuídos igualmente na sociedade, no sentido de que qualquer família tem mais ou menos o mesmo risco de passá-la para seus filhos. Nada é mais distante da verdade do que isso. Na maioria dos casos, os filhos têm mais chances de desenvolver uma doença genética se há um histórico dessa doença na família. Algumas atingem desproporcionalmente grupos raciais ou étnicos específicos. A doença de Tay-Sachs, por exemplo, está em grande parte confinada a judeus asquenazes e outros poucos grupos.

Ainda que a tecnologia de designer babies esteja disponível para algumas famílias, mas não para todas, ela poupará muitos pais do risco de repassarem doenças genéticas. Também reduzirá a desigualdade de modo geral, ao diminuir a percentagem da população afetada por elas. A tecnologia pode ser valiosa para famílias e grupos étnicos com um histórico de doenças genéticas que, de outra maneira, teriam de fazer a dolorosa escolha entre privar-se de ter filhos — com exceção, talvez, de adoção — ou arriscar passar adiante uma condição debilitante.

Como com qualquer outro avanço tecnológico, a opção de bebês modificados provavelmente estará disponível para os mais abastados antes de se estender para o restante da população. Dados os precedentes, porém, é provável que ela se torne mais barata com o tempo e se estenda para ainda mais pessoas. Mesmo aquelas que não puderem aproveitar a nova tecnologia no início — ou aqueles que simplesmente não quiserem ou não necessitarem — poderão se beneficiar de sua introdução. Elas também viverão melhor numa sociedade onde menos pessoas sofrerão perda de seu potencial por doenças genéticas; logo, mais pessoas poderão ter uma vida feliz e produtiva.

(SOMIN, Ilya. *A tecnologia que poderia tornar a próxima geração mais saudável, feliz e inteligente*. Trad. Mariana Nântua. Texto adaptado.

Disponível em: <https://epoca.globo.com/opiniaotecnologia-que-poderia-tornar-proxima-geracao-mais-saudavel-feliz-inteligente-23362332>. Acesso em: 24/10/2019.)

1. Em “Segundo Hercher, alguns serão incapazes de se beneficiar delas, porque lhes faltam recursos ou instalações disponíveis em sua região geográfica.” (2º§), o pronome destacado é classificado como:
- (A) Relativo.
(B) Indefinido.
(C) Pessoal do caso reto.
(D) **Pessoal do caso oblíquo.**
-
2. É correto afirmar que as vírgulas em “A autora do artigo, a jornalista científica Laura Hercher, não condena o uso de triagem genética para assegurar que bebês estejam livres de doenças.” (2º§) foram utilizadas para separar um:
- (A) **Aposto.**
(B) Vocativo.
(C) Predicado nominal.
(D) Advérbio deslocado.
-
3. A oração “(...) alguns serão incapazes de se beneficiar delas, porque lhes faltam recursos ou instalações disponíveis em sua região geográfica.” (2º§) é considerada:
- (A) **Coordenada sindética explicativa.**
(B) Coordenada sindética conclusiva.
(C) Coordenada assindética explicativa.
(D) Coordenada assindética conclusiva.
-
4. Observe a palavra destacada em “Um artigo recente, publicado na prestigiosa MIT Technology Review, mostra algumas das razões para esse alarme — e por que tais reações negativas são problemáticas.” (1º§). Considerando o uso dos “porquês”, assinale a alternativa escrita corretamente.
- (A) **Dormi muito ontem. Sabe por quê?**
(B) Ela não sabe o porque escolheu ficar aqui.
(C) Vou à farmácia por que esqueci o meu remédio.
(D) Estes são os candidatos porque estamos torcendo.
-
5. O substantivo feminino plural “boas-vindas” apresentado no 1º§, é formado por um processo de:
- (A) Derivação prefixal.
(B) Derivação regressiva.
(C) **Composição por aglutinação.**
(D) **Composição por justaposição.**
-
6. Na oração “(...) bebês geneticamente modificados criarão disparidades perigosas.” (2º§), o verbo é:
- (A) De ligação.
(B) Intransitivo.
(C) **Transitivo direto.**
(D) Transitivo indireto.
-
7. A palavra destacada em “Acontecem apenas com os azarados o suficiente para nascerem com os genes errados.” (3º§) é classificada como:
- (A) Adjetivo.
(B) **Advérbio.**
(C) Pronome.
(D) Preposição.
-
8. Na oração “(...) que bebês estejam livres de doenças.” (2º§), é correto afirmar que o verbo está no:
- (A) Futuro do subjuntivo.
(B) Presente do indicativo.
(C) **Presente do subjuntivo.**
(D) Pretérito perfeito do indicativo.
-
9. As palavras “feliz” e “produtiva”, empregadas em “(...) logo, mais pessoas poderão ter uma vida feliz e produtiva.” (6º§), exercem a função de:
- (A) Vocativo.
(B) Predicativo.
(C) Adjunto adverbial.
(D) **Adjunto adnominal.**
-
10. Em “Deveríamos dar boas-vindas a esse futuro!” (1º§), podemos afirmar que ocorre um caso de:
- (A) Sujeito simples.
(B) Oração sem sujeito.
(C) **Sujeito subentendido.**
(D) Sujeito indeterminado.

GEOGRAFIA E HISTÓRIA DE RONDÔNIA

11. Grandioso em todos os sentidos – 3.380 quilômetros de comprimento –, o rio Madeira é o mais importante de Rondônia. Por cortar a capital Porto Velho, cidade que completou 105 anos, serve de fonte de renda, morada e lazer ao município. São os rios que formam o rio Madeira, EXCETO:

- (A) Beni.
- (B) Tapajós.
- (C) Mamoré.
- (D) Guaporé.

• QUESTÃO ANULADA

12. Quanto aos aspectos históricos, geográficos e econômicos do estado de Rondônia, está INCORRETO o que se afirma em:

- (A) No início, o território denominava-se Guaporé.
- (B) A economia do estado é considerada a maior da região Norte.
- (C) O estado situa-se na Amazônia Ocidental, fazendo divisa com os estados do Amazonas (ao norte), Mato Grosso (a leste e ao sul), Acre (a noroeste) e com a República da Bolívia (a oeste e ao sul).
- (D) Rondônia enfrenta problemas como o garimpo informal e a devastação da floresta Amazônica. Estimativa da Secretaria do Desenvolvimento Ambiental do Estado revela que a área total desmatada da região atinge mais de 5.000.000 de ha.

13. Em 2018, Rondônia, Mato Grosso, Piauí e Acre foram os estados que apresentaram os maiores resultados no PIB na região Norte. Um dos principais fatores responsáveis pelo crescimento do PIB de Rondônia foi a força da:

- (A) Indústria.
- (B) Mineração.
- (C) Agropecuária.
- (D) Meio ambiente.

14. O crescimento acelerado em Rondônia ocorreu, de fato, a partir das décadas de 60 e 70. A política de incentivos fiscais e os intensos investimentos do governo federal, como os projetos de colonização dirigida, estimulam a migração, em grande parte,

originária do Centro-Sul. O acesso fácil à terra boa e barata atrai grandes empresários interessados em investir na agropecuária e na indústria madeireira, além da descoberta de:

- (A) Ouro.
- (B) Cobre.
- (C) Alumínio.
- (D) Diamante.

15. A cidade de Porto Velho, situada na margem a leste do rio Madeira, na região Norte do Brasil, foi fundada pela empresa americana Madeira Mamoré *Railway Company*, em 4 de julho de 1907, durante a construção da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré. Em 2 de outubro de 1914, foi legalmente criada como um município do:

- (A) Acre.
- (B) Pará.
- (C) Amazonas.
- (D) Mato Grosso.

MATEMÁTICA

16. Considerando que $12Y$ é um número primo, composto por três algarismos, qual das alternativas poderá ser o algarismo Y ?

- (A) 1
- (B) 3
- (C) 7
- (D) 9

17. Charles está cursando o último período da faculdade e faltam duas provas para que ele cumpra os requisitos para se formar. Sabe-se que ele deve obter um aproveitamento total de 70% nas provas, cada uma contendo 80 questões. Considerando que Charles obteve um aproveitamento de 65% na primeira prova, quantas questões ele deverá acertar na segunda prova para conseguir ser aprovado?

- (A) 60
- (B) 65
- (C) 70
- (D) 75

18. Sejam os conjuntos $P = \{17, 25, 36, 44\}$ e $Q = \{17, 25, 37, 50\}$. Qual das alternativas a

seguir apresenta corretamente o conjunto P – Q?

- (A) {36, 44}
- (B) {37, 50}
- (C) {0, 0, 1, 6}
- (D) {36, 37, 44, 50}

19. Jonas mora no interior e gasta 3 litros de gasolina para ir até a cidade, que fica a uma distância de 23 km. Quantos litros de gasolina Jonas gastará em um ano, se for a cidade 23 vezes por mês?

- (A) 814 litros.
- (B) 824 litros.
- (C) 828 litros.
- (D) 842 litros.

20. Uma pizzaria recentemente aberta vendeu um total de 466 pizzas em suas 3 primeiras semanas de funcionamento. Considerando que na primeira semana foi vendida uma unidade a menos do que na segunda e, na terceira, o quantitativo de pizzas vendidas foi igual ao total vendido nas duas primeiras semanas, qual foi o número de pizzas vendidas na terceira semana dessa pizzaria?

- (A) 116
- (B) 117
- (C) 232
- (D) 233

INFORMÁTICA

21. Ao utilizar o Microsoft Powerpoint 2013, Configuração Local, Idioma Português-Brasil, um usuário acionou a tecla <SHIFT> + Clique, executando, assim, uma ação: assinale-a.

- (A) Maximizar a janela do documento.
- (B) Selecionar todos os objetos do slide.
- (C) Selecionar, aos poucos, um grupo de objetos.
- (D) Restaurar o tamanho da janela do documento.

22. Ao ajustar um texto ao redor de um objeto inserido, no Microsoft Word 2013, Configuração Local, Idioma Português-Brasil, uma barra de ferramentas é ativada, quando se clica no objeto

(imagem/desenho). Trata-se da Barra de Ferramentas:

- (A) Padrão.
- (B) De Imagem.
- (C) De Desenho.
- (D) Para Objetos.

23. Uma filtragem por cores dentro de uma planilha, utilizando o Microsoft Excel 2013, Configuração Local, Idioma Português-Brasil, poderá ser realizada através do comando Botão Filtro, do Grupo Classificar e Filtrar. Assinale a Guia onde se localiza o botão Filtro.

- (A) Dados.
- (B) Revisão.
- (C) Fórmulas.
- (D) Layout da Página.

24. Ao acionar o botão Liga/Desliga, no Menu Iniciar do Microsoft Windows 10, Configuração Local, Idioma Português-Brasil, três opções são apresentadas. Assinale a INCORRETA.

- (A) Desligar.
- (B) Reiniciar.
- (C) Bloquear.
- (D) Suspende.

25. “Pequena fração de memória estática localizada dentro do processador; em alguns tipos de processador pode ser dividida em dois níveis.” Trata-se de:

- (A) Cache.
- (B) ROM (*Read-Only Memory*).
- (C) RAM (*Random Access Memory*).
- (D) EPROM (*Erasable Programmable Read-Only Memory*).

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

26. Na criação e produção de um projeto gráfico, a escolha da letra tem um papel fundamental e constitui um dos fatos primordiais na comunicação da peça. Assim, entre os vários tipos de letra, tem-se a cursiva, considerada como uma das mais bonitas, pois seus desenhos têm liberdade de traço. No entanto, apresentam um problema de legibilidade porque são

- (A) esteticamente antigas.
 (B) consideradas mais vulgares.
 (C) tidas como sofisticadas.
 (D) difíceis de ler e ser interpretadas pelo cérebro.

27. Segundo Mena Barreto (2004), “criatividade editorial é a solução do problema de persuasão por meio de frases, textos – palavras”. Nesse sentido, o autor sugere algumas premissas para um bom texto publicitário. São estratégias eficientes em um anúncio:

- (A) Defenda uma tese, desperte a curiosidade, use testemunhos, use humor.
 (B) Defenda uma tese, use humor, use trocadilhos, desperte a curiosidade.
 (C) Desperte a curiosidade, use hard-sell, conte histórias, use trocadilhos.
 (D) Defenda uma tese, desperte a curiosidade, use testemunhos, conte uma história.

28. No planejamento de mídia há dois conceitos importantes que descrevem:

- I. O número de vezes que uma pessoa vê um anúncio.
 II. O número total de pessoas atingidas pelo conjunto de veiculações de um comercial.

Estas definições referem-se, respectivamente, a

- (A) análise de dados e métricas.
 (B) frequência e alcance.
 (C) praça e promoção.
 (D) oportunidades e ameaças.

29. Na gestão da comunicação, existe uma série de instrumentos importantes para alcançar objetivos predeterminados. Um deles é estratégico e tem por objetivo alcançar uma meta definida a partir da integração de ações em um prazo previamente determinado e com um objetivo claramente definido. Trata-se de:

- (A) Campanha.

- (B) Briefing.
 (C) Plano de Mídia.
 (D) Teaser.

30. O CMYK é conhecido tecnicamente como processo de impressão a quatro cores. O sistema baseia-se em três cores: cyan (azul), magenta (vermelho) e yellow (amarelo), que, junto ao preto, podem reproduzir uma quantidade infinita de cores.

CESAR, N. *Direção de Arte em Propaganda*. 9. ed. Brasília: Editora Senac, 2006, p.184 (adaptado).

Com relação ao processo de impressão CMYK, avalie as afirmações a seguir

I. O CMYK é um processo subtrativo de cores, em que as cores não são determinadas pelas diferentes emissões de luz, mas, sim, pela absorção e subtração das cores de luz branca, e, portanto, quando se misturam os pigmentos, há maior absorção da luz que incide sobre a pigmentação, o que resulta em menor reflexo da cor para nossos olhos.

II. Com exceção do preto, as cores que fazem parte do processo CMYK são chamadas de cores primárias, pois, por meio da mistura em proporções iguais, de duas em duas, obtêm-se as cores secundárias: verde, vermelho-alaranjado e azul-violeta.

III. O diretor de arte utiliza o processo CMYK em seu trabalho para desenvolvimento das peças para meios eletrônicos, como a internet e o vídeo, pois nesse processo as cores são mais vivas e luminosas do que as cores para padrões gráficos.

É correto o que se afirma em

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

31. Quanto à criação e direção de arte, com a enorme disputa pela atenção dos consumidores, a ilustração de um anúncio tem de servir para reforçar os seguintes valores:

- I. atenção.
- II. compreensão.
- III. memorabilidade.
- IV. credibilidade.

É correto o que se afirma em

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

32. Na cibercultura, a conexão generalizada caracteriza uma nova configuração comunicacional, sendo o fator printical a inérita liberação do polo da emissão -chats, fóruns, e-mail, listas, blogs, páginas pessoais -, depois de séculos dominado pelo controle exercido pelos mass media.

LEMOS, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A; CUNHA, P. (Orgs) Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003 (adaptado).

As táticas de comunicação publicitária vêm-se modificando sensivelmente, principalmente a partir do fenômeno conhecido por web 2.0 – inclusive porque o voyeurismo difital é elevado a grandes proporções, e o consumidor aproveita-se dessa facilidade para especular, perguntar e pesquisar sobre uma marca, produto, serviço ou loja.

VAZ, C. A. Google marketing: o guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novaes, 2010 (adaptado).

Considerando essa nova configuração comunicacional e o planejamento publicitário, avalie as afirmações a seguir:

I. A interatividade com os consumidores é um aspecto fundamental para o gerenciamento de crises e a a divulgação dos princípios da marca.

II. O monitoramento das redes sociais digitais garante que uma marca, produto ou serviço conquiste credibilidade junto aos consumidores.

III. As mídias tradicionais, como televisão, rádio, revista e jornal, foram ultrapassadas

pelas mídias digitais e, por isso, são pouco importantes no que diz respeito à abordagem dos consumidores.

IV. Os consumidores também são produtores de conteúdo e, por isso, torna-se interessante engajar os que gozam de prestígio e credibilidade a fim de transformá-los em multiplicadores do posicionamento da marca.

É correto apenas o que se afirma em:

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

33. Com relação às mídias sociais, marque V para verdadeiro ou F para falso e, em seguida, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta.

() O conceito de Mídia Social vem da produção de conteúdo descentralizada, ou seja, sem o controle de grandes potências da mídia.

() O que faz uma empresa crescer verdadeiramente é o relacionamento com o seu público-alvo, para o qual as redes sociais não contribuem, já que estas são voltadas apenas para o relacionamento pessoal e não profissional.

() Blogs são um tipo de mídia social. Estes são páginas na Internet voltadas para a disseminação de pensamentos, mas as empresas podem se apoderar desta ferramenta para se relacionarem com o público-alvo que ela almeja, trabalhando o SEO (Search Engine Optimization, também conhecido como otimização de sites) para alcançá-los.

- (A) F/ F/ V
- (B) V/ V/ F
- (C) F/ V/ F
- (D) V/ F/ V**

34. Segundo a Resolução Nº 85 de 08/09/2009 do Conselho Nacional de Justiça, cabe ao órgão central do Sistema de Comunicação do Poder Judiciário (SICJUS), em conjunto com

os órgãos de subsistema, em suas áreas de jurisdição:

- I. - zelar, nas ações de publicidade do Poder Judiciário, pela observância dos objetivos e diretrizes previstos nos artigos 1º e 2º, no tocante ao conteúdo da comunicação e aos aspectos técnicos de mídia;
- II. - Orientar as ações de Comunicação Social das áreas relacionadas no art. 3º e outras subsidiárias ou complementares a elas, realizadas com recursos orçamentários de cada segmento do Poder Judiciário, com observância da eficiência e racionalidade na sua aplicação;
- III. – coordenar as ações de Assessoria de Imprensa dos integrantes do SICJUS que exijam esforço integrado de comunicação;
- IV. - Financiar campanhas institucionais dos tribunais de justiça dos estados, quando não houver disponibilidade financeira reservada para tal.

Analise as assertivas abaixo e escolha a resposta **CORRETA**

- (A) Apenas as alternativas I, III e IV estão corretas
 (B) Apenas as alternativas I e II estão corretas
 (C) Apenas as alternativas II e IV estão corretas
 (D) Apenas as alternativas I, II, III estão corretas

35. _____ é um documento no qual se solicita uma ação de comunicação, ou seja, é um pedido formal de uma campanha de comunicação passado pelo cliente para uma agência.

- (A) Briefing
 (B) Branding
 (C) Merchandising
 (D) Feedback

• **QUESTÃO ANULADA**

36. O planejamento de comunicação é parte importante da estratégia organizacional e visa sistematizar a atuação da empresa, integrar departamentos, estabelecer os objetivos de

curto, médio e longo prazo e comunicá-los de forma eficiente, tanto entre departamentos quanto em relação aos stakeholders. Sobre essa atividade, é **INCORRETO** afirmar que

- (A) uma das principais funções do plano de comunicação é definir as melhores formas de transmitir uma mensagem, definir os canais e público adequados e definir a periodicidade dos esforços comunicacionais.
 (B) o plano de comunicação é um instrumento essencial para definição de estratégias e metas para a comunicação de uma organização, marca ou produto.
 (C) em geral, os planos de comunicação não contemplam a atuação das empresas em redes sociais, considerados um espaço irrelevante do ponto de vista comercial.
 (D) o plano de comunicação deve pautar a atuação da empresa e estabelecer as

37. A comunicação integrada busca a sinergia entre as várias áreas da comunicação, tais como:

- I. Assessoria de Imprensa, responsável pela elaboração de releases e pelo contato com os veículos de comunicação.
- II. Publicidade e Propaganda, responsável pela escolha das agências e dos veículos adequados para a divulgação publicitária.
- III. Relações Públicas, responsável por programas de integração internos e externos e pela criação de peças de publicidade.

Está correto o que se afirma **APENAS** em

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

38. Considere o seguinte trecho:

No final de 1998, as principais entidades do mercado publicitário assinaram um documento histórico – o mais importante desde [...] 1978.

(Adaptado de: SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro. Elsevier, 2013)

Esse documento de 1998 é

- (A) a base do Código de Autorregulamentação Publicitária (CENP).
- (B) resultado do III Congresso Brasileiro de Propaganda que marca a criação do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).
- (C) a adesão à Lei nº 4.680, que rege a profissão do publicitário e a atividade comercial da propaganda no Brasil.
- (D) o Acordo de Autorregulamentação Comercial da Atividade Publicitária, instrumento assinado pelas principais entidades do mercado publicitário.

39. Independentemente da sua abrangência, as iniciativas de comunicação e marketing têm consequências para a empresa, direta ou indiretamente. Sempre haverá um resultado econômico tangível; não importa o grau de dificuldade de mensuração ou a importância relativa diante dos retornos intangíveis que possam ser considerados.

YANAZE, M. H.; FREIRE, O.; SENISE, D. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração de resultados. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010 (adaptado).

Considere que uma agência adotou a mensuração do ROI (retorno sobre investimento) para calcular o retorno financeiro das ações de comunicação que desenvolve para seus clientes. Para tanto aplicou a fórmula a seguir, em que A corresponde a ganho obtido e B corresponde a investimento inicial e, na apresentação do resultado em forma de porcentagem, multiplicou o resultado do cálculo por 100.

$$\text{ROI} = (A - B) / B$$

Com base nas informações apresentadas e considerando-se que um cliente tenha investido R\$ 10 mil em uma ação de comunicação e tenha obtido R\$ 20 mil de ganho, concluiu-se que o retorno sobre investimento foi de

- (A) 0,2%.
- (B) 2%.

- (C) 20%.
- (D) 100%.

40. Segundo a Resolução Nº 85 de 08/09/2009 do Conselho Nacional de Justiça, ações de Comunicação Social do Poder Judiciário compreendem as áreas de: Imprensa, Relações Públicas, Comunicação Digital, Promoção, Patrocínio e Publicidade, que se classifica em:

- (A) Publicidade de utilidade pública, Publicidade institucional, Publicidade mercadológica e Publicidade legal;
- (B) Publicidade legal, Publicidade de Produto, Publicidade institucional e Publicidade de Serviços;
- (C) Publicidade de utilidade pública, Publicidade Cooperativa, Publicidade Comparativa
- (D) e Publicidade mercadológica;

Boa prova!