



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
REITORIA**

Avenida Rio Branco, 50 – Santa Lúcia – 29056-255 – Vitória – ES  
27 3357-7500

**CONCURSO PÚBLICO  
EDITAL Nº 01/2014**

**Técnico Administrativo em Educação**

***CARGO:***

***Publicitário***

***Caderno de Provas***

**Questões Objetivas**

**INSTRUÇÕES:**

- 1- Aguarde autorização para abrir o caderno de provas.
- 2- Após a autorização para o início da prova, confira-a, com a máxima atenção, observando se há algum defeito (de encadernação ou de impressão) que possa dificultar a sua compreensão.
- 3- A prova terá duração máxima de 04 (quatro) horas, não podendo o candidato retirar-se com a prova antes que transcorram 2 (duas) horas do seu início.
- 4- A prova é composta de 60 (sessenta) questões objetivas.
- 5- As respostas às questões objetivas deverão ser assinaladas no Cartão Resposta a ser entregue ao candidato. Lembre-se de que para cada questão objetiva há **APENAS UMA** resposta.
- 6- O cartão-resposta deverá ser marcado, obrigatoriamente, com caneta esferográfica (tinta azul ou preta).
- 7- A interpretação dos enunciados faz parte da aferição de conhecimentos. Não cabem, portanto, esclarecimentos.
- 8- O Candidato deverá devolver ao Fiscal o Cartão Resposta, ao término de sua prova.

# LÍNGUA PORTUGUESA

## Texto 01

01 Nasce o Sol, e não dura mais que um dia,  
Depois da Luz se segue a noite escura,  
Em tristes sombras morre a formosura,  
Em contínuas tristezas a alegria.

05 Porém, se acaba o Sol, por que nascia?  
Se é tão formosa a Luz , por que não dura?  
Como a beleza assim se transfigura?  
Como o gosto da pena assim se fia?

Mas no Sol, e na Luz falte a firmeza,  
10 Na formosura não se dê constância,  
E na alegria sinte-se tristeza.

Começa o mundo enfim pela ignorância,  
E tem qualquer dos bens por natureza  
A firmeza somente na inconstância.

(Gregório de Matos)

(Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000119.pdf>)

**01.** Sobre o texto, é **INCORRETO** afirmar:

- a) Apresenta antíteses – choque entre ideias contrárias.
- b) Trata da transitoriedade das coisas.
- c) Apresenta um certo tom de frustração diante da efemeridade da beleza.
- d) Prega a subversão do exposto a partir da resistência ao óbvio.
- e) Afirma que a única certeza é a mudança.

**02.** Marque, entre os versos abaixo, aquele em que se verifica a omissão de um termo anteriormente explicitado.

- a) Como a beleza assim se transfigura? (verso 07)
- b) Em contínuas tristezas a alegria. (verso 04)
- c) Depois da Luz se segue a noite escura, (verso 02)
- d) Começa o mundo enfim pela ignorância, (verso 12)
- e) Mas no Sol, e na Luz falte a firmeza, (verso 09)

**03.** Em *sinta-se tristeza* (verso 11) verifica-se um caso de voz passiva pronominal que se encontra em concordância com a norma culta. Marque, entre as opções abaixo, aquela que apresenta caso de voz passiva pronominal e que **NÃO** esteja de acordo com a norma culta.

- a) Precisavam-se de muitos voluntários na comunidade.
- b) Sentaram-se os expectadores diante do palco.
- c) Beijou-se demoradamente o rapaz e a namorada.
- d) Nas reuniões, pregavam-se revoltas.
- e) Nuvens ou estrelas, naquela noite não se via.

**04.** Marque a opção em que a palavra ou expressão está **INCORRETAMENTE** explicada.

- a) **mais que um dia** (verso 01) – indica conformidade.
- b) **Depois da Luz** (verso 02) – indica tempo posterior.
- c) **tão** (verso 06) – intensifica **formosa**.
- d) **assim** (verso 08) – indica modo.
- e) **não** (verso 10) – indica negação.

**05.** Marque a opção em que a palavra **enfim** apresenta o mesmo sentido que em *Começa o mundo enfim pela ignorância*, (verso 12).

- a) Enfim estamos sós.
- b) Depois do trabalho, poderemos, enfim, descansar.
- c) Tudo é passageiro; enfim, também a vida.
- d) Enfim terminamos todos os trabalhos.
- e) Chegamos, enfim, ao nosso destino.

**06.** A expressão **por natureza** (verso 13) equivale a

- a) ecologicamente.
- b) contrariamente.
- c) originalmente.
- d) certamente.
- e) concomitantemente.

**07.** Marque a opção em que o termo destacado **NÃO** exerce a mesma função sintática dos termos marcados nas demais opções.

- a) Depois da Luz se segue **a noite escura**, (verso 02)
- b) Em contínuas tristezas **a alegria**. (verso 04)
- c) Se é tão formosa **a Luz**, por que não dura? (verso 06)
- d) Na formosura não se dê **constância**, (verso 10)
- e) **A firmeza** somente na inconstância. (verso 14)

**08.** Entre as opções abaixo, marque aquela que poderia substituir o **se** no verso *Se é tão formosa a Luz, por que não dura?* (verso 06)

- a) já que
- b) caso
- c) embora
- d) tanto
- e) porém

**09.** O que está destacado no verso *E tem qualquer dos bens por natureza* pode ser substituído por

- a) alguns bens.
- b) todos os bens.
- c) todos bens.
- d) certos bens.
- e) um bem qualquer.

**10.** Marque, entre os verbos abaixo, aquele que, no texto, apresenta transitividade diferente da dos demais.

- a) nascer (verso 01)
- b) morrer (verso 03)
- c) acabar (verso 05)
- d) começar (verso 12)
- e) ter (verso 13)

# MATEMÁTICA

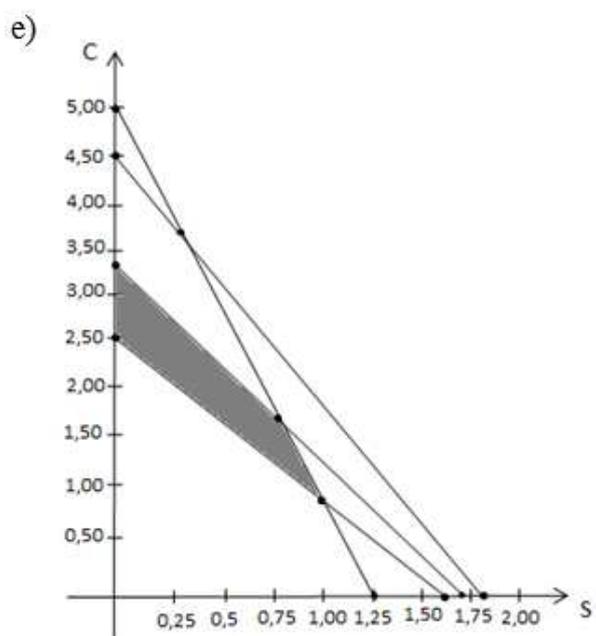
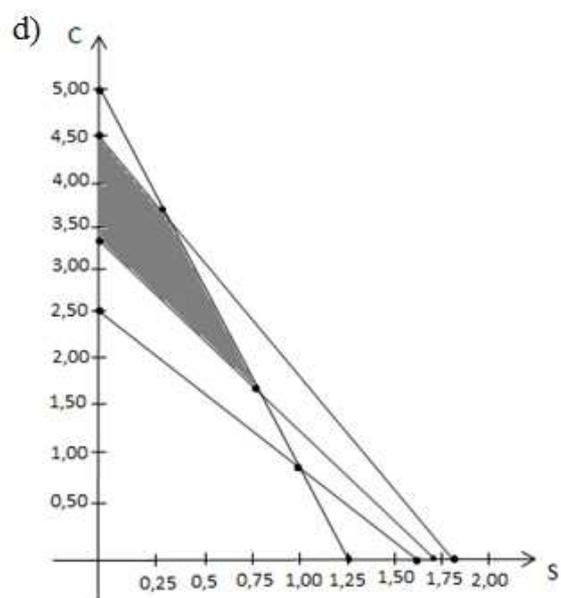
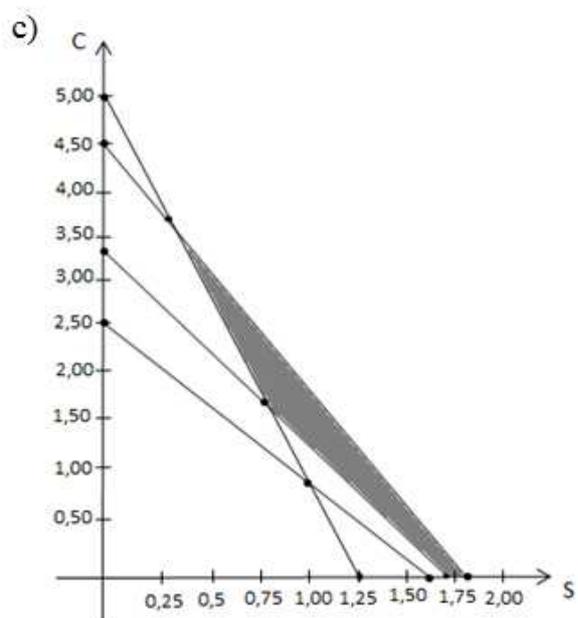
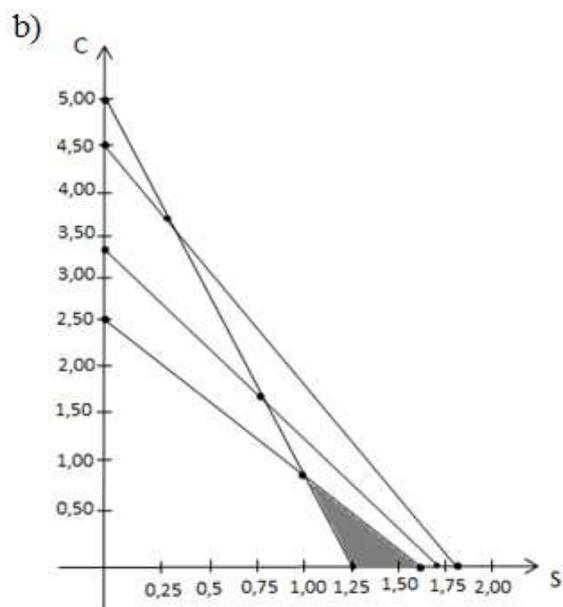
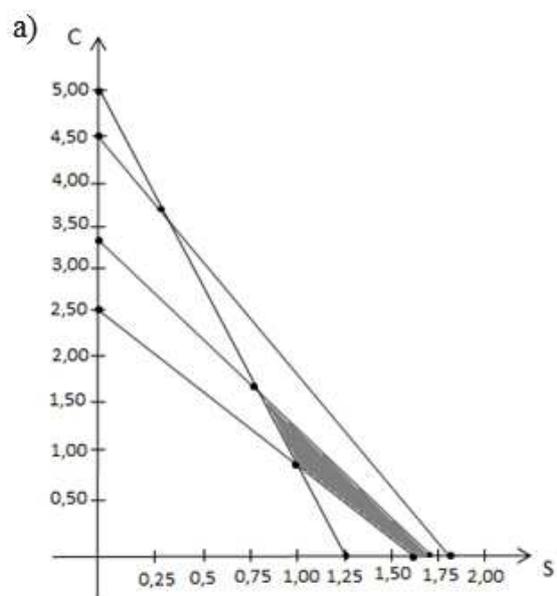
As questões 11, 12 e 13 referem-se ao texto que segue.

O nutricionista lotado em um *Campus* do Ifes foi requisitado pelo professor de Educação Física deste *Campus* a preparar um “*milkshake*” especial para seus atletas. O professor é o treinador do time que irá representar o referido *Campus* na final da modalidade esportiva de “Futebol de Campo” na competição “Jogos na Rede” e requisitou ao nutricionista o preparo de um “*milkshake*” que satisfaça certos requisitos nutricionais relevantes para o desempenho de seus atletas. Contudo, o professor solicitou que o custo para o preparo do “*milkshake*” seja minimizado, pois ele mesmo é quem irá custear a despesa do “lanche” para seus atletas. Tecnicamente, esse nutricionista entende que, para aperfeiçoar o desempenho dos atletas, precisa preparar um “*milkshake*” em que o nível máximo de LDL – mau colesterol – seja de 180 mg e o de gordura saturada não exceda 170 mg. Por outro lado, pelo menos 10 g de proteína devem ser ingeridas e o teor calórico do produto precisa ser igual ou superior a 500 kcal. O “*milkshake*” será elaborado com dois ingredientes especiais: sorvete e cobertura de caramelo. Uma bola do sorvete (100 g) custa R\$ 2,00 e possui 100 mg de colesterol, 100 mg de gordura saturada, 8 g de proteína e 300 kcal. Uma colher de sopa de cobertura de caramelo (30g) custa R\$ 0,30 e possui 40 mg de colesterol, 50 mg de gordura saturada, 2 g de proteína e 200 kcal.

**11.** Considere “*S*” a variável que representa a quantidade de “bolas” de sorvete a ser empregada no preparo de uma unidade de “*milkshake*” (quantidade para o consumo de um atleta que atenda aos requisitos considerados) e “*C*” a variável que representa a quantidade de colheres de cobertura de caramelo a ser empregada no preparo de uma unidade de “*milkshake*”. Das opções a seguir, a que melhor expressa o **objetivo** do problema a ser modelado é:

- a) *Minimizar* custo :  $2S + 0,30C$  ;
- b) *Minimizar* consumo de colesterol e gordura saturada :  $200S + 90C \leq 350$  ;
- c) *Maximizar* consumo de proteína e energia (caloria) :  $308S + 202C \geq 510$  ;
- d) *Maximizar* rendimento dos atletas :  $108S + 112C \geq 160$  ;
- e) *Maximizar* rendimento dos atletas :  $350 \leq 108S + 112C \leq 510$  ;

**12.** As restrições do problema do “*milkshake*” equivalem às quantidades mínimas ou máximas dos nutrientes que devem ser ingeridas. A modelagem matemática dessas restrições recai, neste caso, em equações ou inequações lineares e a representação gráfica dessas restrições, em um mesmo plano cartesiano, gera um polígono que delimita a região com suas soluções viáveis do problema. Sendo assim, escolha a opção que contém, **CORRETAMENTE**, esse polígono, em relação ao problema do “*milkshake*”.



**13.** O nutricionista do Ifes sabe que, matematicamente, a solução ótima (aquela que atende ao objetivo do problema) encontra-se em um dos vértices do polígono que contém as soluções viáveis. Com base nesta informação, É CORRETO afirmar que a solução ótima para o problema do “milkshake” consiste em utilizar em seu preparo:

- a) 0,8 g de sorvete e 1,8 g de Cobertura de Caramelo.
- b) 80 g de sorvete e 54 g de Cobertura de Caramelo.
- c) 0,8 “colheres de sopa” de Cobertura de Caramelo e 1,8 “bolas” de Sorvete.
- d) 1 “colher de sopa” de Cobertura de Caramelo e 1 “bola” de Sorvete.
- e) 75 g de Cobertura de Caramelo e 50 g de Sorvete.

**As questões 14, 15 e 16 referem-se ao texto que segue.**

*É hipertenso ou tem problemas renais? Cuidado com a água de coco*



A água de coco é saudável, mas não está liberada para todo mundo. Contém poucas calorias, hidrata e refresca, mas em alguns casos, é preciso dosar a quantidade. Pessoas com problemas renais devem evitá-la para não agravar os problemas de saúde, como a falência do órgão. “Ela tem potássio e fosfato, além de vários nutrientes que podem alterar as taxas para quem tem problema renal” destaca a nutricionista Daniele Serrano. O potássio e o fosfato são eliminados do organismo pelos rins. No paciente renal, a eliminação dessas substâncias força o órgão e agrava a doença. Pessoas hipertensas também devem evitar o consumo exagerado da água de coco. “São 25 mg de sódio para cada 200 ml de água de coco. Não é muito, mas se o hipertenso passar disso, ao dia, pode causar algum problema” diz Daniele.

fonte: A Gazeta, segunda-feira, 24 de fevereiro de 2014 (texto adaptado).

**14.** Um engenheiro hipertenso acabou de ler a reportagem publicada no jornal A Gazeta e estava a tomar água de coco enquanto a lia. Um pouco preocupado com a quantidade estimada de água que já teria ingerido, providenciou um copo descartável de capacidade 200 ml e despejou o restante da água não ingerida nesse copo. Verificou, então, que o nível da água atingiu dois terços da altura do copo. O copo utilizado possui a forma aproximada de um tronco de cone e, para calcular o volume aproximado de água nele presente, o engenheiro confiou em sua habilidade profissional para estimar dados necessários ao cálculo desse volume. Assim, estimou um diâmetro de 5 cm para o círculo do fundo do copo e 7 cm para o diâmetro da circunferência da “boca do copo” e estimou, ainda, uma altura de 9 cm para o copo (distância perpendicular entre os centros do círculo da base e a circunferência da “boca” do copo). Com base nessas estimativas do engenheiro, É CORRETO afirmar que o volume de água de coco não ingerido por ele vale, aproximadamente:

(considere o valor de  $\pi = 3,14$ )

- a) 1027 ml
- b) 513 ml
- c) 257 ml
- d) 171 ml
- e) 133 ml

**15.** Para calcular o volume de água de coco ingerido, o engenheiro procurou estimar a quantidade de água que teria vindo em seu coco. Para isso, considerou a região interna do coco, aproximadamente, esférica e pediu ao vendedor de coco para parti-lo ao meio. Solicitou a efetivação de um corte “razoavelmente preciso” a ser efetuado na direção do diâmetro traçado entre o polo que contém o furo por onde a água foi extraída e o polo diametralmente oposto. Considerando que o corte tenha sido realizado com boa precisão (graças à destreza do vendedor de cocos em cortá-los), o engenheiro observou os dois “aparentes” hemisférios e estimou em 10 cm o diâmetro esférico da parte interior do coco. O engenheiro, então, supôs um volume máximo de água para o coco, no início do processo de seu consumo, e realizou os cálculos necessários para encontrar o volume de água por ele ingerido. Com base nas informações relatadas, nas conclusões corretas da questão anterior e em cálculos matemáticos necessários e corretamente aplicados, É CORRETO afirmar que a quantidade aproximada de água ingerida pelo engenheiro foi:

(considere o valor de  $\pi = 3,14$ )

- a) 523 ml
- b) 390 ml
- c) 352 ml
- d) 329 ml
- e) 266 ml

**16.** Leia o texto que segue:

Cocos verdes de qualidade possuem, em média, 500 ml de água no seu interior. Para isso, devem colhidos em exatos seis meses após a sua frutificação. A identificação de cocos que tenham em média 500 ml deve levar em consideração o formato de cada fruto, ou seja, devem ser bem **redondos e de tamanho médio**. Cocos verdes com formato alongado ou grande, normalmente são frutos colhidos com sete ou mais meses após a frutificação. Em decorrência, possuem menos água em seu interior, uma vez que a água já se transformou em polpa. Além disso, este tipo de coco já possui a castanha com casca bem mais espessa, fato que o torna de muito mais difícil perfuração.

fonte: [http://www.cocoup.com.br/coco\\_up\\_institucional\\_inicial.asp?cod\\_inst=7](http://www.cocoup.com.br/coco_up_institucional_inicial.asp?cod_inst=7). Acesso em 27/02/2014.

Um pouco preocupado devido à quantidade de água de coco que estimou ter ingerido, o engenheiro, ao chegar a sua casa, resolveu medir os dados que outrora houvera estimado. Constatou, então, que, para o copo, as medidas corretas eram: 4,5 cm para o diâmetro do círculo da base, 6,5 cm para o diâmetro da circunferência da “boca” e 8,5 cm para sua altura, e que a quantidade de água de coco não ingerida representava cinco sétimos ( $5/7$ ) da altura do copo e não  $2/3$  como havia estimado. Constatou, também, que o valor do diâmetro esférico médio da parte interna do coco, obtido por meio de duas medições perpendiculares entre si, foi de 10 cm, confirmando o valor de sua estimativa. Com base nessas informações, está CORRETO concluir que:

- a) Em relação ao volume total de água contida no coco (considerando-o completamente cheio), o volume calculado, com base no diâmetro estimado pelo engenheiro, é superior ao volume calculado com base no diâmetro médio, calculado em 4,6%.
- b) Se os dados estimados pelo engenheiro estivessem corretos (na comparação com os dados medidos e/ou calculados), a quantidade de sódio por ele ingerida teria sido 76% superior à recomendada.
- c) Em relação ao volume de água de coco não ingerida pelo engenheiro, o volume calculado com base nos dados medidos foi superior ao volume calculado com base nos dados estimados em 17,6%.
- d) O volume calculado com base nos dados estimados foi superior ao volume calculado, com base nos dados medidos, em 15%.
- e) Com base nos dados medidos (e/ou calculados), a quantidade de sódio prevista de ter sido ingerida pelo engenheiro foi mais de 90% superior à quantidade orientada pela nutricionista.

**17.** Num concurso, foram aplicadas, a quatro candidatos, três etapas seletivas de pesos  $x, y$  e  $z$ , respectivamente. O concurso manteve sigilo sobre os pesos atribuídos a cada uma das etapas, mas divulgou a lista dos aprovados com as respectivas notas obtidas em cada uma das etapas, por candidato, na forma exibida no quadro a seguir.

Nº de inscrição	1ª etapa	2ª etapa	3ª etapa	Nota Final
<b>10.058.917</b>	9	8	10	9
<b>06.417.208</b>	6	8	9	8
<b>11.228.337</b>	5	7	8	7
<b>04.906.712</b>	4	7	9	6

Os organizadores do concurso informaram, no Edital, que a nota final seria obtida calculando-se a média ponderada das notas obtidas em cada uma das etapas, pelo candidato. Em geral, calcula-se a média ponderada somando-se os produtos das notas de cada etapa pelo seu respectivo peso e dividindo-se a soma assim obtida pela soma dos pesos. O quarto candidato listado no quadro acima (inscrição nº 04.906.712) entrou com recurso alegando que, se as notas finais dos outros três candidatos estiverem corretas, a sua estará incorreta. Sendo assim, analise as afirmações feitas nas opções a seguir e marque aquela que está totalmente CORRETA.

- a) O quarto candidato tem motivo para entrar com recurso, pois as etapas possuem pesos iguais e de valor 1. Sendo assim, as notas dos candidatos foram arredondadas e o quarto candidato teve sua nota arredondada incorretamente. Sua Nota Final foi 6,66 e, arredondando, deve ser convertida para 7.
- b) O quarto candidato tem motivo para entrar com recurso, pois supondo que as notas finais dos outros três candidatos estejam corretas, sua nota final deve ser 7 (arredondando) já que as etapas possuem pesos iguais e o critério de arredondamento também foi aplicado aos demais candidatos.
- c) O quarto candidato tem motivo para entrar com recurso, pois supondo que as notas finais dos outros três candidatos estejam corretas, sua nota final deve ser 7,2 o que o faz “subir” da quarta para a terceira posição na tabela de classificação.
- d) O quarto candidato tem motivo para entrar com recurso, pois os respectivos pesos de cada etapa são:  $x = \frac{1}{5}$ ,  $y = \frac{2}{5}$  e  $z = \frac{6}{15}$ , ou seja, o peso da 2ª etapa é o dobro do peso da 1ª etapa, e o peso da 3ª etapa é o triplo do peso da 2ª etapa. Desta forma, sua nota final deve ser 7 (contando o arredondamento).
- e) O quarto candidato tem motivo para entrar com recurso, pois o peso da 2ª etapa é igual ao peso da 3ª etapa que é o dobro do peso da 1ª etapa. Desta forma, sua nota final deve ser 7 (contando o critério de arredondamento adotado para todos os participantes) e ele está tecnicamente empatado com outro candidato, ocupando, junto com este outro candidato, a 3ª posição na tabela de classificação.

**As questões 18 e 19 referem-se ao texto a seguir.**

### **Requerimento Estimado de Energia**

É chamada **informação nutricional** a tabela de informações relativas às quantidades de vitaminas, gorduras e proteínas, entre outros, por porção, contida na maioria das embalagens de produtos industrializados e é utilizada para fornecer informações nutricionais que auxiliam a prática de uma alimentação saudável. Um item bastante comum e importante presente nessas tabelas é a quantidade de energia (caloria) presente em cada porção do produto. Energia é um nutriente

requerido pelo corpo para sustentar (manter) suas funções vitais, tais como respiração, circulação, manutenção da temperatura corporal, bem como permitir movimentos dos membros associados ao corpo: dedos, mãos, pés, etc., para atender necessidades diversas, entre elas, a prática de atividade física. A energia dos alimentos é liberada no corpo através de oxidação, na forma de energia química, a qual é utilizada para sustentar reações metabólicas, transmissões nervosas, respiração, circulação e trabalho físico. O calor que também é produzido durante estes processos é usado para manter e/ou regular a temperatura corporal. O corpo precisa manter um certo equilíbrio de energia, para não “gastar” mais do que absorve e nem absorver muito mais do que gasta, diariamente, por exemplo. Desequilíbrios entre ingestão e gasto resultam em ganhos ou perdas de componentes do corpo, principalmente na forma de gordura (Tecido Adiposo), e estes determinam mudanças no peso de corpo. O **Requerimento Estimado de Energia (REE)** (em quilocalorias, Kcal) está definido como a Ingestão de energia dietética que é predita para manter equilíbrio de energia em um adulto saudável de uma *idade definida, gênero, peso, altura, e nível de atividade física consistente com boa saúde*. Para calcular o REE, foram desenvolvidas equações de predição para indivíduos com peso normal (IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>) e idades de 0 a 100 anos. Estas equações foram desenvolvidas empregando dados sobre *despesa de energia diária total*, medida pela “técnica de água duplamente etiquetada”. Em crianças e mulheres grávidas ou lactentes, o REE é ajustado para incluir as necessidades associadas com o depósito de tecidos ou à secreção de leite a taxas consistentes com boa saúde. Para adultos normais com Sobrepeso ou Obesidade o cálculo do REE também foi ajustado.

(texto adaptado de duas fontes distintas:

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Informa%C3%A7%C3%A3o\\_nutricional](http://pt.wikipedia.org/wiki/Informa%C3%A7%C3%A3o_nutricional), acesso em 01/03/2014;

<http://www.weblaranja.com/nutricao/valor-diario.php>, acesso em 01/03/2014; Texto adaptado)

**18.** O site citado na “fonte” do texto que serve de base para esta questão oferece o cálculo “virtual” do **Requerimento Estimado de Energia** (em Kcal) com base no biótipo do interessado. Estão disponíveis sete categorias de biótipos, listadas a seguir:

- **Infantil:** Meninos e Meninas com idade entre 0 a 2 anos;
- **Crianças:** Meninos e Meninas com idade entre 3 a 8 anos;
- **Juvenil e Adolescentes:** Meninos e Meninas com idade entre 9 e 18 anos;
- **Adultos:** Homens e Mulheres com idade a partir de 19 anos;
- **Mulheres Grávidas ou Amamentando:** Adolescentes e Adultas de qualquer idade;
- **Crianças e Adolescentes com Sobrepeso ou Obesidade:** Meninos e Meninas com idade entre 3 e 18 anos;
- **Adultos normais com Sobrepeso ou Obesidade:** Homens e Mulheres com idade a partir de 19 anos.

Para a realização do cálculo, o site pede que sejam digitados os seguintes dados:

1. Escolha o sexo: \_\_\_\_\_
2. Digite a Idade: \_\_\_\_\_
3. Digite o Peso: \_\_\_\_\_ (em kg)
4. Digite a Altura: \_\_\_\_\_ (em m)
5. Escolha o nível de Atividade Física: \_\_\_\_\_

O item “Escolha do nível de Atividade Física” consta como uma variável qualitativa com quatro categorias de opções:

1. sedentário;
2. pouco ativo;
3. ativo;
4. muito ativo.

O site não divulga a(s) fórmula(s) matemática(s) que utiliza para realizar os cálculos. A professora de Biologia, Andressa, está desenvolvendo um trabalho sobre o tema “gasto calórico” com seus alunos e pediu ajuda ao professor de Matemática, Salazar, para descobrir a(s) fórmula(s) não divulgada(s) pelo site para o cálculo do REE. O professor Salazar disse que será preciso simular situações em cada um dos sete Biótipos disponibilizados pelo site e que, em particular, faria o procedimento para um dos Biótipos de forma que, para os demais, o procedimento a ser desenvolvido seria semelhante. O Biótipo escolhido foi “**Adultos: Homens e Mulheres com idade a partir de 19 anos**” e as simulações realizadas pelo professor Salazar constam sintetizadas nas tabelas 01, 02 e 03 dadas a seguir.

**Tabela 01**

Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)	Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)
1,70	70	30	M	1	2407	1,70	70	20	M	1	2502
1,70	70	30	M	2	2630	1,70	70	20	M	2	2725
1,70	70	30	M	3	2914	1,70	70	20	M	3	3010
1,70	70	30	M	4	3382	1,70	70	20	M	4	3477
1,70	70	30	F	1	2036	1,70	70	20	F	1	2105
1,70	70	30	F	2	2262	1,70	70	20	F	2	2331
1,70	70	30	F	3	2546	1,70	70	20	F	3	2615
1,70	70	30	F	4	2886	1,70	70	20	F	4	2955

**Tabela 02**

Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)	Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)
1,60	70	30	M	1	2353	1,60	70	20	M	1	2448
1,60	70	30	M	2	2570	1,60	70	20	M	2	2665
1,60	70	30	M	3	2847	1,60	70	20	M	3	2942
1,60	70	30	M	4	3302	1,60	70	20	M	4	3397
1,60	70	30	F	1	1963	1,60	70	20	F	1	2032
1,60	70	30	F	2	2181	1,60	70	20	F	2	2250
1,60	70	30	F	3	2454	1,60	70	20	F	3	2523
1,60	70	30	F	4	2781	1,60	70	20	F	4	2850

**Tabela 03**

Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)	Altura (m)	Peso (kg)	Idade	Sexo	Nível de atividade Física	REE (Kcal)
1,70	60	30	M	1	2248	1,70	60	20	M	1	2343
1,70	60	30	M	2	2453	1,70	60	20	M	2	2549
1,70	60	30	M	3	2716	1,70	60	20	M	3	2811
1,70	60	30	M	4	3146	1,70	60	20	M	4	3241
1,70	60	30	F	1	1942	1,70	60	20	F	1	2011
1,70	60	30	F	2	2157	1,70	60	20	F	2	2227
1,70	60	30	F	3	2427	1,70	60	20	F	3	2496
1,70	60	30	F	4	2750	1,70	60	20	F	4	2819

O professor Salazar fez algumas análises preliminares e chegou às conclusões listadas a seguir. Analise-as e marque a que se pode afirmar que esteja INCORRETA.

- a) Os dados da **Tabela 01** sugerem que, para uma pessoa do sexo Masculino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com altura de 1,70 m e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Idade é constante e independe da variável “nível de atividade física”. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- b) Os dados da **Tabela 01** sugerem que, para uma pessoa do sexo Feminino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com altura de 1,70 m e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Idade é constante e independe da variável “nível de atividade física”. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- c) Os dados da **Tabela 02** sugerem que, para uma pessoa do sexo Masculino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com altura de 1,60 m e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Idade é constante e independe da variável “nível de atividade física”. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- d) Os dados da **Tabela 02** sugerem que, para uma pessoa do sexo Feminino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com altura de 1,60 m e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Idade é constante e independe da variável “nível de atividade física”. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- e) Os dados das **Tabelas 01 e 02** sugerem que, para uma pessoa de massa corpórea 70 kg, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, o peso associado à variável Idade é constante e independe da variável “nível de atividade física” e da variável “altura”. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.

**19.** Ainda continuando as análises de resultados preliminares, mais conclusões são apresentadas a seguir. Marque a que é possível afirmar que esteja INCORRETA.

- a) Os dados das **Tabelas 01 e 02** sugerem que, para uma pessoa do sexo Feminino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com idade de 30 anos e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Altura não parece ser constante e aparenta apresentar uma relação de dependência com a variável “nível de atividade física”. Os valores variam, mas são todos positivos, sugerindo que o REE aumenta com o aumento da altura.
- b) Os dados das **Tabelas 01 e 02** sugerem que, para uma pessoa do sexo Masculino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, com idade de 30 anos e massa corpórea de 70 kg, o peso associado à variável Altura parece ser constante e não apresenta uma relação de dependência com a variável “nível de atividade física”. Seu valor é positivo e igual a 540 e isto sugere que o REE aumenta com o aumento da altura.
- c) Os dados das **Tabelas 01,02 e 03** sugerem que, para uma pessoa do sexo Masculino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, o peso associado à variável Idade é constante. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- d) Os dados das **Tabelas 01,02 e 03** sugerem que, para uma pessoa do sexo Feminino, com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, o peso associado à variável Idade é constante. Seu valor é negativo e isto sugere que o REE diminui com o aumento da idade.
- e) Os dados das **Tabelas 01,02 e 03** sugerem que, para uma pessoa com IMC de 18.5 até 25 kg/m<sup>2</sup>, o peso associado à variável Altura parece ser crescente à medida que o nível de atividade física vai variando no sentido “sedentário → muito ativo”. Seu valor é positivo e isto sugere que o REE aumenta com o aumento da idade.

**20.** Leia o texto que segue:

### *Pesquisas Sensíveis*

*Respondentes de pesquisa são, às vezes, relutantes em responder francamente a perguntas sobre tópicos sensíveis, tais como furto por empregados, assuntos relacionados a sexo, antipatia por um certo professor, etc. O professor Salazar está interessado em saber se os alunos que cursam a atual disciplina de Estatística possuem algum tipo de antipatia para consigo. Contando com a habilidade estatística a seu favor e interessado em realizar, ele próprio, esta pesquisa, adaptou de Stanley Warner (York University, Ontário) um esquema que acredita levar a resultados mais precisos em tais casos. Como exemplo, suponha que ele pergunte diretamente a um de seus alunos se ele tem antipatia por sua pessoa e peça-lhe que jogue uma moeda. O aluno é instruído a responder NÃO se não possui tal antipatia e se a moeda deu cara. Caso contrário, deve responder SIM. Segundo interpreta Warner, os alunos, provavelmente, sentir-se-ão mais propensos a serem honestos, porque a jogada da moeda os ajuda a manter sua privacidade. A teoria da probabilidade pode, então, ser usada para analisar as respostas de modo que possam ser obtidos resultados mais precisos.*

fonte: Texto adaptado do livro *Introdução à Estatística*, de Mário F. Triola, 2005, p.157.

Considere que, após os alunos estarem devidamente instruídos quanto ao procedimento explicado no texto que serve de base para esta questão, o professor Salazar selecione, aleatoriamente, um aluno na turma de Estatística e lhe faça a seguinte pergunta: – *Você tem antipatia por mim?*

Com base nas informações fornecidas anteriormente (e ao longo do texto), bem como em conhecimentos matemáticos pertinentes, analise as afirmativas a seguir e marque a opção que podemos garantir que esteja CORRETA.

- a) A adoção do procedimento de lançar a moeda antes de responder à pergunta aumenta em 50% a probabilidade de o aluno interrogado responder que NÃO possui antipatia pelo referido professor, em comparação com o procedimento normal de apenas efetuar a pergunta sem efetuar lançamento de moeda.
- b) A adoção do procedimento de lançar a moeda antes de responder à pergunta diminui em 50% a probabilidade de o aluno interrogado responder que SIM, ou seja, que possui antipatia pelo referido professor, em comparação com o procedimento normal de apenas efetuar a pergunta sem efetuar lançamento de moeda.
- c) Com a adoção do procedimento de lançar a moeda antes de responder à pergunta, a probabilidade de o aluno interrogado responder que SIM, ou seja, que possui antipatia pelo referido professor, passa a ser 300% maior do que a de responder que NÃO.
- d) Com a adoção do procedimento de lançar a moeda antes de responder à pergunta, a probabilidade de o aluno interrogado responder que NÃO, ou seja, que não possui antipatia pelo referido professor, passa a ser o triplo da probabilidade de responder que SIM.
- e) Se a turma de Estatística tem 20 alunos e considerando que todos sejam interrogados segundo o procedimento descrito no texto “pesquisas sensíveis”, a probabilidade de que exatamente 2 deles respondam que SIM é menor que 1%.



## LEGISLAÇÃO

**21.** De acordo com a Constituição da República Federativa do Brasil, é correto afirmar, **EXCETO**:

- a) A dignidade da pessoa humana constitui um dos fundamentos da República.
- b) Constitui um dos objetivos fundamentais da República a erradicação da pobreza e da marginalização.
- c) Nas suas relações internacionais, a República Federativa do Brasil rege-se-á, dentre outros, pelo princípio da igualdade entre os Estados.
- d) Em razão da sua independência nacional, a República Federativa do Brasil não tem compromisso com a integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina.
- e) Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos da Constituição.

**22.** De acordo com os Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, expressos na Constituição da República, é correto afirmar, **EXCETO**:

- a) Homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos da Constituição.
- b) É inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias.
- c) É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, carecendo de autorização da autoridade competente.
- d) A casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial.
- e) O mandado de segurança será concedido para proteger direito líquido e certo, não amparado por "habeas-corpus" ou "habeas-data", quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do Poder Público.

**23.** No que diz respeito à Administração Pública, conforme disposições da Constituição da República Federativa do Brasil, analise as afirmativas abaixo.

I. A investidura em cargo ou emprego público depende de aprovação prévia em concurso público de provas ou de provas e títulos.

II. As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviços públicos responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros, assegurado o direito de regresso contra o responsável nos casos de dolo ou culpa.

III. É garantido ao servidor público civil o direito à livre associação sindical.

IV. A acumulação remunerada de um cargo de professor com outro técnico ou científico é permitida, independentemente de compatibilidade de horários.

Estão corretas **APENAS** as afirmativas:

- a) I e III.
- b) I, II e III.
- c) I, III e IV.
- d) II, III e IV.
- e) I, II e IV.

**24.** De acordo com a Lei 8.112/1990, analise as afirmativas abaixo.

I. Um dos requisitos básicos para a investidura em cargo público é a quitação com as obrigações militares e eleitorais.

II. A investidura em cargo público ocorrerá com a posse.

III. A posse em cargo público não depende de prévia inspeção médica.

IV. O servidor não aprovado no estágio probatório será exonerado ou, se estável, reconduzido ao cargo anteriormente ocupado.

Estão corretas **APENAS** as afirmativas:

a) I e II.

b) I, II e IV.

c) I, II e III.

d) II, III e IV.

e) II e IV.

**25.** De acordo com a Lei 8.112/1990, é correto afirmar, **EXCETO**:

a) O servidor perderá a remuneração do dia em que faltar ao serviço, sem motivo justificado.

b) As faltas justificadas decorrentes de caso fortuito ou de força maior poderão ser compensadas a critério da chefia imediata, sendo assim consideradas como efetivo exercício.

c) Após cada quinquênio de efetivo exercício, no interesse da Administração, o servidor poderá se afastar do exercício do cargo efetivo, sem remuneração, por até três meses, para participar de curso de capacitação profissional.

d) Sem qualquer prejuízo, o servidor poderá se ausentar do serviço por 8 (oito) dias consecutivos, em razão de seu casamento.

e) Será concedido horário especial ao servidor estudante, quando comprovada a incompatibilidade entre o horário escolar e o da repartição, sem prejuízo do exercício do cargo.

**26.** Assinale a afirmativa que **NÃO** está de acordo com o texto legal.

a) De acordo com a Lei 8.027/1990, que trata das normas de conduta dos servidores públicos civis da União, das Autarquias e das Fundações, o servidor que praticar comércio de compra e venda de bens ou serviços no recinto da repartição, ainda que fora do horário normal de expediente, estará sujeito à pena de suspensão de até 90 (noventa) dias.

b) De acordo com a Lei 8.112/1990, o servidor estável só perderá o cargo em virtude de sentença judicial transitada em julgado ou de processo administrativo disciplinar no qual lhe seja assegurada ampla defesa.

c) De acordo com a Lei 8.112/1990, independentemente do interesse da Administração, poderá ser levada a efeito a remoção, a pedido, para outra localidade, para acompanhar cônjuge ou companheiro, também servidor público civil ou militar, de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, que foi deslocado no interesse da Administração.

d) De acordo com a Resolução CD 17/2003, do Instituto Federal do Espírito Santo, que trata das normas referentes a faltas e atrasos ao trabalho, a ausência do servidor a aulas ou a reuniões convocadas deverá ser justificada, por escrito, no prazo de 10 (dez) dias úteis da ocorrência.

e) De acordo com a Resolução CD 17/2003, do Instituto Federal do Espírito Santo, a não entrega dos resultados parciais e finais de cada módulo ou série, nas datas e prazos estabelecidos no calendário escolar, sujeitará o professor à pena de advertência.

**27.** De acordo com o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, anexo ao Decreto 1.171/1994, analise as afirmativas abaixo.

I. O servidor público não poderá jamais desprezar o elemento ético de sua conduta. Assim, não terá que decidir somente entre o legal e o ilegal, o justo e o injusto, o conveniente e o inconveniente, o oportuno e o inoportuno, mas principalmente entre o honesto e o desonesto, consoante as regras contidas no art. 37, *caput*, e § 4º, da Constituição da República.

II. É da autoridade máxima do órgão a competência para aplicar a pena de censura ao servidor.

III. Em todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta, indireta, autárquica e fundacional, ou em qualquer órgão ou entidade que exerça atribuições delegadas pelo Poder Público, deverá ser criada uma Comissão de Ética.

IV. A moralidade da Administração Pública não se limita à distinção entre o bem e o mal, devendo ser acrescida da ideia de que o fim é sempre o bem comum.

Estão corretas **APENAS** as afirmativas:

- a) I, II e III.
- b) I, III e IV.
- c) II, III e IV.
- d) II e IV.
- e) I, II e IV.

**28.** De acordo com o Decreto 6.029/2007, que trata do Sistema de Gestão da Ética do Poder Executivo Federal, compete às Comissões de Ética dos órgãos do Poder Executivo Federal, **EXCETO**:

- a) Atuar como instância consultiva de dirigentes e servidores no âmbito de seu respectivo órgão ou entidade.
- b) Aplicar o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal, aprovado pelo Decreto 1.171/1994.
- c) Apurar, mediante denúncia ou de ofício, conduta em desacordo com as normas éticas.
- d) Recomendar, acompanhar e avaliar, no âmbito do órgão ou entidade a que estiver vinculada, o desenvolvimento de ações objetivando a disseminação, capacitação e treinamento sobre as normas de ética e disciplina.
- e) Supervisionar a observância do Código de Conduta da Alta Administração Federal e apurar conduta que possa configurar descumprimento de suas normas, aplicando a pena de censura à autoridade infratora.

**29.** De acordo com o Código de Ética e Disciplina do Corpo Discente do Instituto Federal do Espírito Santo, são direitos dos alunos, **EXCETO**:

- a) Usufruir de ambiente limpo e organizado, favorável à educação.
- b) Ter acesso aos serviços oferecidos, nos termos do regulamento e normas próprios, sem prejuízo dos trabalhos escolares.
- c) Requerer matrícula, transferência, renovação, cancelamento e trancamento de matrícula, quando maior de idade ou, quando menor, por intermédio do responsável.
- d) Organizar atividades estudantis, tais como grêmios estudantis, centros e diretórios acadêmicos, após aprovação por ato da autoridade máxima do *campus*.
- e) Votar e ser votado nas diferentes instâncias e fóruns, representando o seu segmento.

**30.** De acordo com a Lei 8.112/1990, é correto afirmar, **EXCETO**:

- a) O servidor que, a serviço, afastar-se da sede em caráter eventual ou transitório para outro ponto do território nacional ou para o exterior, fará jus a passagens e diárias destinadas a indenizar as parcelas de despesas extraordinárias com pousada, alimentação e locomoção urbana.
- b) Nos casos em que o deslocamento da sede constituir exigência permanente do cargo, o servidor fará jus a diárias.
- c) O servidor que receber diárias e não se afastar da sede, por qualquer motivo, fica obrigado a restituí-las integralmente, no prazo de 5 (cinco) dias.
- d) A gratificação natalina corresponde a 1/12 (um doze avo) da remuneração a que o servidor fizer jus no mês de dezembro, por mês de exercício no respectivo ano.
- e) Os servidores que trabalhem com habitualidade em locais insalubres ou em contato permanente com substâncias tóxicas, radioativas ou com risco de vida, fazem jus a um adicional sobre o vencimento do cargo efetivo.

# INFORMÁTICA BÁSICA

**Quando necessário, considerar os programas Windows 7 versão Ultimate, pacotes MS-Office 2007 ou 2010 e LibreOffice 4.2 na linguagem Português-Brasil (PT-BR) e instalados em suas configurações padrão.**

**31.** Com o advento das revelações da espionagem, trazidas pelo ex-analista da NSA Edward Snowden, sofridas pelo governo brasileiro, tem-se tido, cada vez mais, a atenção e preocupação relativas às questões de segurança da informação. São objetivos fundamentais da segurança da informação, exceto:

- a) Confidencialidade
- b) Disponibilidade
- c) Integridade
- d) Imparcialidade
- e) Legalidade

**32.** A Microsoft sempre se preocupou em oferecer, em seu sistema operacional, ferramentas capazes de diagnosticar, verificar, corrigir e manter a integridade dos dados em disco. A ferramenta do Windows capaz de organizar os dados de um volume realocando-os de forma única e contínua a fim de melhorar o desempenho do computador é:

- a) Gerenciador de Disco
- b) Backup e Restauração de Disco
- c) Disco de Reparação do Sistema
- d) Desfragmentador de Disco
- e) Limpeza de Disco

**33.** Em grandes corporações, é comum que um computador seja compartilhado por mais de um usuário. Assim, uma atitude segura ao se afastar de sua estação de trabalho é bloquear o computador. As teclas de atalho que realizam rapidamente essa ação no Windows 7 são:

- a)  + E
- b)  + B
- c)  + L
- d)  + S
- e)  + K

**34.** Um aluno do Ifes imprimiu seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Ao realizar a última leitura, descobriu que havia um erro ortográfico: O corretor havia trocado equivocadamente a palavra “Ifes” por “Hífen”. Este erro está presente nas páginas 1, 2, 5, 6, 7, 10, 18, 30, 31, 32, 33, 34, 47, 49 e 50. Sendo assim, com sua consciência de uso de papel, ele decidiu reimprimir somente as páginas com problema. Usando o MS-Word 2010 para imprimir somente essas 15 páginas, o aluno deve, na tela de impressão, no campo **Imprimir Intervalo Personalizado** digitar:

- a) 1,2,5:7,10,18,30:34,47,49:50
- b) 1-2;5-7;10;18;30:34;47;49-50
- c) 1:2,5:7,10,18,30:34,47,49:50
- d) 1:2;5:7;10;18;30:34;47;49:50
- e) 1,2,5-7,10,18,30-34,49-50

**35.** Com base na tabela do MS Excel 2010 a seguir, responda:

	A	B	C
1	2	3	4
2	5	6	7
3	8	9	10
4			

Se a fórmula  $=MAIOR(A2:C3;C1)+A1 * MENOR(A2:C3;B1)$  for inserida na célula B4, o resultado será:

- a) 14
- b) 15
- c) 18
- d) 20
- e) 21

## PUBLICITÁRIO

**36.** “Bem-vindo à cultura da convergência, onde velhas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. A cultura da convergência é o futuro, mas está sendo moldada hoje.”

(JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2006, p. 328)

No livro *Cultura da Convergência*, o autor Henry Jenkins aborda a relação de três conceitos que ele considera essenciais para compreender como o mundo da comunicação mudou radicalmente nos últimos anos. Segundo o autor, esses conceitos são:

- a) Cibercultura, Convergência dos meios de comunicação e Inteligência coletiva.
- b) Cibercultura, Cultura participativa e Inteligência coletiva.
- c) Cibercultura, Cultura participativa e Redes Sociais.
- d) Convergência dos meios de comunicação, Cultura participativa e Inteligência Coletiva.
- e) Convergência dos meios de comunicação, Inteligência Coletiva e Redes Sociais.

**37.** Considerando COLLARO (2007), com relação ao tema "reação a cores", avalie as afirmações a seguir:

- I. O clima típico de uma região não pode influenciar na maneira como seus habitantes se comportam diante das cores.
- II. As preferências quanto às cores se alteram dependendo do sexo das pessoas.
- III. O fator cultura é decisivo no efeito de uma cor sobre um indivíduo; tradições milenares e religiões influenciam até hoje o gosto por determinadas cores.

É **CORRETO** o que se afirma em:

- a) I apenas.
- b) I e II apenas.
- c) I, II e III.
- d) II e III apenas.
- e) III apenas.

**38.** "Uma identificação evidente é que o processo de criação na propaganda apresenta etapas claras e bem definidas: o desenvolvimento do *briefing* de criação, os *rafs*, os esboços digitais, os *layouts* e, para terminar, a finalização do anúncio."

Bertomeu, João Vicente Cegato. *Criação na propaganda impressa*. São Paulo: Thomson Learning, 2006, Pág. 122.

Sobre o *Briefing* de criação, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- a) Após a sua redação, o *briefing* de criação deve passar por um processo de direcionamento.
- b) O *briefing* de criação deve ser aprovado pelo cliente.
- c) O *briefing* de criação é desenvolvido coletivamente por publicitários da área de planejamento, pesquisa, mídia e criação.
- d) O *briefing* de criação deve definir o foco da mensagem.
- e) O prazo de entrega da propaganda não deve ser predeterminado nesse *briefing* de criação.

**39.** Na década de 1950 o Atendimento era considerado o “dono da conta”, ou seja, o seu relacionamento pessoal com a diretoria dos anunciantes era um ponto fundamental para a permanência do cliente na agência. Durante esse período a propaganda se sofisticou bastante. O progresso tecnológico na comunicação nos fez depender cada vez mais de profissionais especializados, numa subdivisão de tarefas, com o objetivo de solucionar cada tipo específico de problema. Dentro desse contexto histórico o profissional de Atendimento vai perdendo influência dentro da agência para os novos especialistas da área da comunicação, como os profissionais de Mídia, de Planejamento e de Pesquisa. Sendo assim o profissional de Atendimento precisa se reinventar para orientar corretamente o cliente e os seus companheiros da agência.  
CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006.

Considerando o tema acima, avalie as afirmativas:

- I. O novo Atendimento tem uma função importantíssima como assessor dos clientes e facilitador dos trabalhos tanto da agência quanto de fornecedores, pesquisadores, veículos e demais elos da rede de especialistas.
- II. O profissional de Atendimento precisa se relacionar bem com as pessoas, negociar, administrar, planejar, coordenar e supervisionar.
- III. O Atendimento precisa conhecer de tudo um pouco para orientar corretamente o cliente e os seus companheiros dentro da agência.

É **CORRETO** o que se afirma em:

- a) I apenas.
- b) I e II apenas.
- c) I, II e III.
- d) II e III apenas.
- e) III apenas.

**40.** A Mídia é uma operação das mais centrais na inteligência de uma agência, ocupando uma área estratégica essencial no planejamento e na execução dos planos que permitam as melhores possibilidades de contato com a marca. De forma bastante simplificada, pode-se afirmar que o papel do profissional de mídia é a elaboração de um plano que:

- I. Atenda os objetivos e estratégias de marketing estabelecidos pelo cliente, bem como os objetivos de comunicação posicionados para a campanha pelo planejamento de comunicação.
- II. Permita a adequação dos veículos de comunicação com o objetivo de levar a mensagem adequada ao público-alvo, na intensidade certa e no momento mais adequado.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Mais detalhadamente, o profissional de mídia deve:

- a) Apenas negociar a compra de espaços publicitários.
- b) Apenas selecionar os meios e veículos a serem utilizados numa campanha.
- c) Elaborar o briefing.
- d) Executar o gerenciamento dos contatos de mídia.
- e) Orçar os custos de produção de um VT.

**41.** A comunicação corporativa é uma função recente da administração e foi concebida para ajudar a empresa a obter e manter uma reputação favorável no processo de comunicação com seus públicos. Usando o conhecimento sobre as realidades da empresa e de seu ambiente externo, em especial sobre as tendências culturais, sociais, políticas e econômicas, a função busca identificar as oportunidades nas quais a empresa pode projetar sua voz e capitalizar o interesse das audiências.

SILA NETO, Belmiro Ribeiro (Coord.). **Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável.** São Paulo: Saraiva, 2010.

Considerando a comunicação corporativa, analise as afirmativas abaixo:

I. A mídia se destaca por ser, ao mesmo tempo, um público e um canal que exerce grande influência no processo de formação da imagem das empresas e goza de grande credibilidade na opinião pública.

II. Um aspecto importante da comunicação é a identificação e o conhecimento dos públicos com os quais as empresas se comunicam.

III. Dentre os diversos públicos de uma empresa, os distribuidores de seus produtos, seus funcionários e os fornecedores não fazem parte da audiência de interesse da comunicação corporativa.

É **CORRETO** o que se afirma em:

- a) I apenas.
- b) I e II apenas.
- c) I, II e III.
- d) II e III apenas.
- e) III apenas.

**42.** Conceitualmente, a identidade de uma empresa é o resultado das percepções públicas, ou seja, como o público a enxerga por meio de suas ações de comunicação. Assim, toda empresa tem uma identidade própria conferida por seus públicos.

SILA NETO, Belmiro Ribeiro (Coord.). **Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável.** São Paulo: Saraiva, 2010.

Considerando o trecho acima, assinale a alternativa **INCORRETA**:

- a) A comunicação será mais eficaz se as organizações contarem com uma história corporativa sustentável como fonte de inspiração para seus programas internos e externos de comunicação.
- b) O acúmulo da imagem ao longo do tempo é o que constrói a reputação de uma empresa. Imagens positivas constroem reputação positiva.
- c) O reflexo dessa identidade não é a imagem da empresa.
- d) Para assegurar o alinhamento interno das ações de comunicação, a empresa moderna, no geral, desenvolve programas de comunicação para estimular o engajamento dos funcionários com suas estratégias operacionais e de crescimento.
- e) Se a identidade inspirar confiança, coerência e alinhamento com os interesses da sociedade, a imagem será positiva.

**43.** A comunicação corporativa não deve ser uma função isolada nas organizações modernas. Para ter alto desempenho, precisa desenvolver e manter um ótimo relacionamento no contexto organizacional e atuar em parceria com as demais áreas funcionais, como marketing, finanças, jurídico, produção e recursos humanos.

SILA NETO, Belmiro Ribeiro (Coord.). **Comunicação corporativa e reputação: construção e defesa da imagem favorável.** São Paulo: Saraiva, 2010.

Sobre as atividades da comunicação corporativa, é **CORRETO** afirmar que:

- a) a ideia central da parceria é que cada área contribua com seus conhecimentos especializados na formação de mensagens alinhadas com as políticas e com a Visão da empresa e adequadas aos públicos a que se destinam.
- b) a mídia tem pouco poder no processo de formação da identidade, da imagem e da reputação da empresa. Por causa disso ela é pouco utilizada pelo departamento de comunicação.
- c) a principal comunicação da empresa é a que se dá com o público externo. O público interno não é necessário para explorar oportunidades de negócio, o que faz com que as parcerias com o departamento de recursos humanos sejam bastante limitadas.
- d) o departamento de comunicação, para criar uma reputação corporativa, precisa gerenciar e submeter os outros departamentos às suas exigências, funcionando como um departamento central dentro da empresa.
- e) as empresas modernas procuram cumprir somente as suas obrigações legais; o desenvolvimento e a divulgação de projetos voltados à responsabilidade social só acontecem quando elas são obrigadas pelo governo.

**44.** Uma marca é a soma dos atributos intangíveis de um produto: seu nome, sua embalagem, seu preço, sua história, sua reputação e o modo como é divulgada. Uma marca também é definida pelas impressões e experiências dos clientes. O *brand equity* pode ser discutido sob as perspectivas da empresa e do consumidor.

CRESCITELLI, Edson. *Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação.* São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Considerando o tema acima, avalie as afirmativas:

- I. A empresa e os clientes possuem uma visão distinta do que a marca representa para cada um desses grupos.
- II. Para as empresas, o *brand equity* cria uma vantagem diferencial que lhes permite gerar maior volume de vendas e receitas.
- III. Para o *brand equity* só haverá valor para a empresa se houver valor gerado para o consumidor.

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

- a) I
- b) I e II.
- c) I, II e III.
- d) II e III.
- e) III.

**45.** Os sistemas culturais e sociais nos quais as comunicações de marketing ocorrem são repletos de significado. Por meio da socialização, as pessoas aprendem valores culturais, formam crenças e se tornam familiarizadas com as manifestações físicas, ou artefatos, desses valores e crenças. Os artefatos da cultura são repletos de significado, que é transferido de geração para geração. Os gestores de comunicação de marketing, quando no processo de posicionar suas marcas, extraem o significado do mundo culturalmente constituído.

CRESCITELLI, Edson. *Comunicação de Marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação*. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Sobre as atividades da comunicação corporativas, é **CORRETO** afirmar que

- a) com uma marca reconhecível, podemos afirmar que um produto é apenas um *commodity*.
- b) o Posicionamento de uma marca é a característica, o benefício ou a imagem-chave que ela representa para a mente coletiva do público-alvo.
- c) a propaganda opera como um método potencial de distorção de significado, unindo o bem de consumo e a representação de um mundo culturalmente constituído em uma estrutura de anúncio.
- d) os consumidores não abordam as propagandas como textos a serem interpretados; ao serem expostos ao anúncio eles captam o significado literal que a empresa escreveu.
- e) a propaganda não tem o poder de transferência de significado e de posicionamento para as marcas.

**46.** Assinale a alternativa que complementa corretamente o espaço em branco no parágrafo abaixo. Na era \_\_\_\_\_, o indivíduo deixa de decidir autonomamente; o conflito entre impulsos e consciência soluciona-se com a adesão acrítica aos valores impostos: “aquilo a que outrora os filósofos chamavam vida, reduziu-se à esfera do privado e, posteriormente, à do consumo puro e simples, que não é mais do que um apêndice do processo material da produção, sem autonomia e essência própria”.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.

- a) da Cultura da Convergência
- b) da Indústria Cultural
- c) da Internet
- d) do Marketing
- e) da Revolução Industrial

**47.** Pierre Lévy defende que as atividades humanas abrangem, de maneira indissolúvel, interações entre: pessoas vivas e pensantes; entidades materiais naturais e artificiais; ideias e representações.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

Considerando o texto e a relação do homem com a tecnologia, analise as afirmativas abaixo:

I. As verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre “a” tecnologia (que seria da ordem da causa) e “a” cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas *as* técnicas.

II. É possível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo.

III. Por trás das técnicas, agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, interesses econômicos, estratégias de poder - toda a gama dos jogos dos homens em sociedade.

É correto o que se afirma em

- a) I apenas.
- b) I e III apenas.
- c) I, II e III.
- d) II e III apenas.
- e) III apenas.

**48.** Segundo Pierre Lévy, a emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

Sobre a palavra *condicionada* é **INCORRETO** afirmar:

- a) Algumas opções culturais e sociais não poderiam ser pensadas a sério sem a presença da técnica.
- b) As mesmas técnicas podem se integrar a conjuntos culturais bastante diversificados.
- c) Dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades.
- d) Podemos substituir a palavra *condicionada* por *determinada* sem alteração no sentido da frase.
- e) A técnica possibilita diferentes formas de utilização pelos indivíduos dentro de uma mesma sociedade.

**49.** Por exemplo, no curta de animação *Final Fight of the Osiris* (2003), a protagonista, Jue, sacrifica a própria vida para entregar uma mensagem à tripulação do Nabucodonosor. A carta contém informações sobre as máquinas que abrem caminho em direção a Zion. Nos momentos finais do anime, Jue joga a carta numa caixa de correio. Na abertura do game *Enter the Matrix*, a primeira missão do jogador é resgatar a carta do correio e levá-la a nossos heróis. E as cenas de abertura do filme *Matrix Reloaded* mostram os personagens discutindo a “última transmissão de Osiris”.

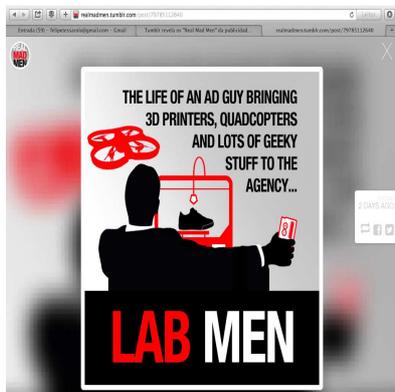
JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2006, p. 142

O texto acima diz respeito à

- a) Cibercultura.
- b) Cultura Participativa.
- c) Comunicação em Rede.
- d) Narrativa Transmidiática.
- e) Storytelling.

**50.** Recentemente, o diretor de criação Fernando Barbella resolveu usar o seriado *Mad Men* como tema para o Tumblr “*Real Mad Men*”, uma bem-humorada homenagem aos verdadeiros *mad men* trabalhando nas agências de publicidade mundo afora. O Tumblr conta com boas amostras de alguns “tipinhos típicos” da publicidade, como o Bat Men, o Lab Men e o War Men. Veja um exemplo abaixo:

Fonte: [www.brainstorm9.com.br](http://www.brainstorm9.com.br)



Considerando a obra *Cultura da Convergência*, analise as afirmativas abaixo, que se relacionam ao tema acima tratado.

I. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos por meio dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.

II. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com o outro.

III. Temos produtores de mídias e consumidores de mídia ocupando papéis separados, e a passividade continua nos espectadores dos meios de comunicação.

É correto o que se afirma em

- a) I apenas.
- b) I e II apenas.
- c) I, II e III.
- d) II e III apenas.
- e) III apenas.

**51.** Sobre os veículos publicitários, considerando Sant'anna (2009), assinale a alternativa **INCORRETA**:

- a) A **Televisão** é o mais eficiente para produtos de consumo final, porque, além da grande cobertura do público alvo, possibilita a demonstração e/ou ato de consumo.
- b) De maneira semelhante ao rádio, a **Revista** é bastante segmentada, mas possui títulos que abrangem todo o território nacional. Esses veículos não deverão ser julgados pela tiragem, mas pela qualidade de seus leitores.
- c) No **Rádio**, devido à volatilidade da sua audiência – as pessoas costumam mudar de emissora assim que termina a sua música ou programa favorito – é necessário programar um grande número de comerciais para conseguir pescar o seu público alvo.
- d) O **Cinema** se caracteriza por propiciar alto alcance e cobertura geográfica, sendo, portanto, um meio de uso nacional.
- e) O fato de ser um meio impresso ajuda na aceitação das informações contidas no **Jornal**, o que o torna um dos veículos com maior credibilidade.

**52.** Diversos são os veículos publicitários. De pouco valerá uma boa peça publicitária se os veículos escolhidos para divulgá-la não forem adequados ao meio de expressão e não atingirem o público capaz de se interessar pelo produto ou serviço anunciado e com capacidade aquisitiva para comprá-lo. Sobre a **REVISTA**, enquanto meio publicitário, assinale a alternativa correta.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

- a) A Revista, no geral, possui um baixo preço por exemplar, o que tende a se tornar um facilitador em determinados segmentos da população.
- b) As edições da revista têm curta vida útil, o que se traduz também na vida útil do anúncio.
- c) A revista possui grande cobertura: por independer do grau de instrução, alcança vários públicos.
- d) A revista se limita fortemente à publicação de mensagens rápidas e simples por causa da rápida visualização do leitor.
- e) A revista apresenta portabilidade pela praticidade de acompanhar o leitor onde ele estiver.

**53.** Sobre os conceitos de mídia na determinação de objetivos, segundo o autor Roberto Corrêa, é **INCORRETO** o conceito que figura na opção:

CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006.

- a) **Alcance** – total de pessoas atingidas por uma dada programação, ao menos uma vez.
- b) **Cobertura** – é a região geográfica atingida pelo sinal das emissoras de rádio e televisão ou pela distribuição dos exemplares de jornais e revistas, bem como a localização dos materiais de mídia no exterior
- c) **CPM** – custo por mil.
- d) **Frequência** – número médio de vezes que o público alvo é atingido com uma dada programação.
- e) **GRP (Gross Rating Point)** – é a soma bruta da audiência de uma programação no público alvo desejado.

**54.** O missão do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), é a de impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento ao consumidor ou a empresas e defender a liberdade de expressão comercial. O Conselho estabelece alguns preceitos básicos que definem a ética publicitária.

Fonte: <http://www.conar.org.br> - acesso em 21/03/14 às 16h45.

Assinale a alternativa **INCORRETA** em relação à ética publicitária.

- a) Todo anúncio deve respeitar a atividade publicitária e não desmerecer a confiança do público nos serviços que a publicidade presta.
- b) Todo anúncio deve respeitar o princípio da leal concorrência.
- c) Todo anúncio deve ser honesto e verdadeiro e respeitar as leis do país.
- d) Todo anúncio deve ser preparado com o devido senso de responsabilidade social, evitando acentuar diferenciações sociais.
- e) Todo anúncio deve ter presente a responsabilidade da cadeia de produção junto ao consumidor e primar pela sustentabilidade.

**55.** Com base no modelo lasswelliano, proposto em 1948, assinale a alternativa que descreve os elementos necessários para se descrever um ato de comunicação.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

- a) Causa? (estímulo) – (processos psicológicos intervenientes) – efeito? (resposta).
- b) O emissor - a mensagem - o receptor.
- c) O emissor - o canal - a mensagem - o receptor.
- d) O que e/ou Quem? - Quando? - Onde? - Como? - Por quê?
- e) Quem? - Quando? - Onde? - Como? - Por quê?

**56.** O termo *Indústria Cultural* foi utilizado pela primeira vez por: WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2001.

- a) Claude Shannon.
- b) Harold Lasswell.
- c) Herbert Marshall McLuhan.
- d) Johannes Gutemberg.
- e) M. Horkheimer e T. Adorno.

**57.** A matéria, ou tema, no caso, é dada no exórdio do discurso, no título, e, portanto, deve acabar nele, como na figura da cobra que morde a própria cauda.

CARRASCOZA, João Anzanello. *A Evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade*. São Paulo: Futura, 2002.

A frase acima diz respeito

- a) à criação de inimigos.
- b) à estrutura circular.
- c) à estrutura completa.
- d) à função conativa.
- e) a figuras de linguagem.

**58.** Em relação aos esquemas básicos utilizados na publicidade, assinale a alternativa que preenche corretamente o espaço em branco no parágrafo abaixo.

\_\_\_\_\_ são as fórmulas já consagradas, tanto nos códigos visuais (uma mulher bonita, de avental, remete a uma zelosa dona-de-casa), quanto no linguístico (“a união faz a força”, “ser mãe é padecer no paraíso” etc.).

CARRASCOZA, João Anzanello. *A Evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade*. São Paulo: Futura, 2002.

- a) Afirmações
- b) Apelos à autoridade
- c) Estereótipos
- d) Humores
- e) Substituição de Nomes

**59.** O propósito da publicidade é, de modo simplista e em última instância, conseguir a consideração de compra por parte do consumidor. Mas a publicidade não pode ser medida somente em relação a vendas. Seus propósitos também são: gerar conhecimento, dando maior identidade ao produto e à empresa; tornar os benefícios e vantagens do produto conhecidos; e aumentar a convicção racional ou emocional do consumidor em relação ao produto.

Considerando o texto acima, avalie as proposições abaixo e a relação proposta entre elas:

I. A publicidade aproveita as ocorrências sazonais, pois o público, por hábito ou tradição, tem mais disposição à compra em determinados períodos: Natal, início de inverno e verão, Dia das Mães. São acontecimentos dos quais o varejista pode tirar partido. PORQUE

II. A publicidade reduz os gastos de venda, cria a procura, ativa a distribuição, facilita operações de venda, tendendo a baixar o custo.

Acerca dessas proposições, assinale a opção correta:

- a) A asserção I é uma proposição falsa, e a II é proposição verdadeira.
- b) A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é proposição falsa.
- c) As asserções I e II são proposições falsas.
- d) As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa da I.
- e) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa para a I.

**60.** “Promover o modelo brasileiro da atividade de publicidade e propaganda, fomentando as melhores práticas comerciais, incentivando a livre e leal concorrência por melhor eficiência e qualidade no mercado publicitário, com base nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelecem condições para a melhor e mais adequada prestação de serviços entre Agências, Veículos e Anunciantes. As Normas asseguram que toda Agência que alcançar as metas de qualidade que fixa, habilitar-se-á à obtenção do ‘Certificado de Qualificação Técnica’, condição técnica que é objeto de permanente fiscalização do \_\_\_\_\_.”

Assinale a alternativa que preenche corretamente o espaço em branco no parágrafo acima:.

- a) Abap
- b) ABP
- c) CENP
- d) CONAR
- e) SINAPRO



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
REITORIA**

Avenida Rio Branco, 50 – Santa Lúcia – 29056-255 – Vitória – ES

27 33577500

# **CONCURSO PÚBLICO**

**EDITAL Nº 01/2014**

**Técnico Administrativo em Educação**

***CARGO:***

***Publicitário***

## **FOLHA DE RESPOSTA (RASCUNHO)**

<b>Questão</b>	<b>Resposta</b>	<b>Questão</b>	<b>Resposta</b>	<b>Questão</b>	<b>Resposta</b>	<b>Questão</b>	<b>Resposta</b>
<b>01</b>		<b>26</b>		<b>31</b>		<b>46</b>	
<b>02</b>		<b>17</b>		<b>32</b>		<b>47</b>	
<b>03</b>		<b>18</b>		<b>33</b>		<b>48</b>	
<b>04</b>		<b>19</b>		<b>34</b>		<b>49</b>	
<b>05</b>		<b>20</b>		<b>35</b>		<b>50</b>	
<b>06</b>		<b>21</b>		<b>36</b>		<b>51</b>	
<b>07</b>		<b>22</b>		<b>37</b>		<b>52</b>	
<b>08</b>		<b>23</b>		<b>38</b>		<b>53</b>	
<b>09</b>		<b>24</b>		<b>39</b>		<b>54</b>	
<b>10</b>		<b>25</b>		<b>40</b>		<b>55</b>	
<b>11</b>		<b>26</b>		<b>41</b>		<b>56</b>	
<b>12</b>		<b>27</b>		<b>42</b>		<b>57</b>	
<b>13</b>		<b>28</b>		<b>43</b>		<b>58</b>	
<b>14</b>		<b>29</b>		<b>44</b>		<b>59</b>	
<b>15</b>		<b>30</b>		<b>45</b>		<b>60</b>	

CARGO: Publicitário Nível E

GABARITO

Questão	Resposta	Questão	Resposta	Questão	Resposta	Questão	Resposta
01	D	16	E	31	D	46	B
02	B	17	C	32	D	47	B
03	E	18	E	33	C	48	D
04	A	19	Anulada	34	Anulada	49	D
05	C	20	E	35	E	50	B
06	C	21	D	36	D	51	D
07	E	22	C	37	D	52	E
08	A	23	B	38	E	53	E
09	B	24	B	39	C	54	E
10	E	25	C	40	D	55	C
11	A	26	D	41	B	56	E
12	A	27	B	42	C	57	B
13	B	28	E	43	A	58	C
14	Anulada	29	D	44	C	59	E
15	Anulada	30	B	45	B	60	C

CARGO: Relações Públicas Nível E

GABARITO

Questão	Resposta	Questão	Resposta	Questão	Resposta	Questão	Resposta
01	D	16	E	31	D	46	C
02	B	17	C	32	D	47	B
03	E	18	E	33	C	48	B
04	A	19	Anulada	34	Anulada	49	A
05	C	20	E	35	E	50	A
06	C	21	D	36	E	51	D
07	E	22	C	37	D	52	D
08	A	23	B	38	E	53	A
09	B	24	B	39	C	54	E
10	E	25	C	40	D	55	E
11	A	26	D	41	A	56	B
12	A	27	B	42	A	57	Anulada
13	B	28	E	43	D	58	C
14	Anulada	29	D	44	A	59	D
15	Anulada	30	B	45	C	60	E