

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

**EDITAL 01/2022**



**GABARITO TIPO: 1**

**CADERNO DE PROVAS**

<b>CADERNO</b> <b>229</b>	<b>Cargo/Especialidade</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analista Legislativo</li><li>• PROGRAMADOR VISUAL II –</li><li>• DESIGNER GRÁFICO</li></ul>
<b>QUESTÕES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• LÍNGUA PORTUGUESA</li><li>• NOÇÕES DE DIREITO</li><li>• CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS</li></ul>

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

## INSTRUÇÕES GERAIS

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

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

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

Prezado(a) candidato(a):

Coloque seu número de inscrição e nome no quadro abaixo:

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

**ASSINALE A RESPOSTA CORRETA.**

**PROVA DE LÍNGUA PORTUGUESA**

**TEXTO 1**

(-----)

**Milly Lacombe**

Minhas duas primeiras memórias de infância envolvem meu pai.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**QUESTÃO 01**

O propósito do texto é

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

**QUESTÃO 02**

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

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

**QUESTÃO 03**

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

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

**QUESTÃO 04**

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

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

**QUESTÃO 05**

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

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

**QUESTÃO 06**

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

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

**QUESTÃO 07**

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

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

**QUESTÃO 08**

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

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

**QUESTÃO 09**

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

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

### QUESTÃO 10

Há traços de oralidade em:

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

### QUESTÃO 11

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

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

### QUESTÃO 12

Observe a regência dos verbos destacados nas frases abaixo:

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

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

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

### QUESTÃO 13

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

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

### QUESTÃO 14

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

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

**QUESTÃO 15**

A crase é **obrigatória** em:

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

**PROVA DE NOÇÕES DE DIREITO****QUESTÃO 16**

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

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

**QUESTÃO 17**

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

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

**QUESTÃO 18**

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

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

**QUESTÃO 19**

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

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

**QUESTÃO 20**

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

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

**QUESTÃO 21**

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

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

**QUESTÃO 22**

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

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

**QUESTÃO 23**

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

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

**QUESTÃO 24**

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

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

**QUESTÃO 25**

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

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

**QUESTÃO 26**

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

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

**QUESTÃO 27**

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

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

**QUESTÃO 28**

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

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

**QUESTÃO 29**

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

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

**QUESTÃO 30**

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

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

**PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS****QUESTÃO 31**

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

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

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

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

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

**QUESTÃO 32**

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

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

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

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

### QUESTÃO 33

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

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

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

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

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

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

### QUESTÃO 34

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

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

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

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

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

### QUESTÃO 35

Analise as representações a seguir.



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

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

### QUESTÃO 36

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

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

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

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

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

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

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

**QUESTÃO 37**

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

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

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

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

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

**QUESTÃO 38**

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

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

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

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

### QUESTÃO 39

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

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

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

### QUESTÃO 40

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

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

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

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

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

#### QUESTÃO 41

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

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

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

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

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

#### **QUESTÃO 42**

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

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

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

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

### QUESTÃO 43

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

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

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

Sobre *design*, leia os trechos a seguir:

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

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

**QUESTÃO 44**

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

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

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

**QUESTÃO 45**

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

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

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

## QUESTÃO 46



Fonte: Divulgação comercial. Cinemark; <https://christophecourtois.blogspot.com/>

Podemos perceber, só pela compilação e pelos cartazes acima, que existe um "lugar comum" que nos aproxima de certos tipos/estilos de filmes. O *design* e o domínio da semiótica nos permitem "enxergar coisas que o senso comum não percebe".

Segundo o Blog do Cinéfilo e Designer francês Christophe Courtois, somente 15% do público percebe que os cartazes têm um *modus operandi* de criação.

Com base nos cartazes e no texto, é **CORRETO** afirmar que todos os cartazes apresentam

- (A) diferenças entre si; o uso de cores como o branco cria um alto contraste com os personagens.
- (B) diferenças entre si; porém, as mulheres retratadas estão sempre em desvantagem.
- (C) semelhanças entre si; a dualidade dos protagonistas (e o seu fatal falso antagonismo) é a tônica dos filmes retratados.
- (D) semelhanças entre si; os personagens parecem participar de um duelo, mas isso não fica claro em todos os posters.

#### QUESTÃO 47

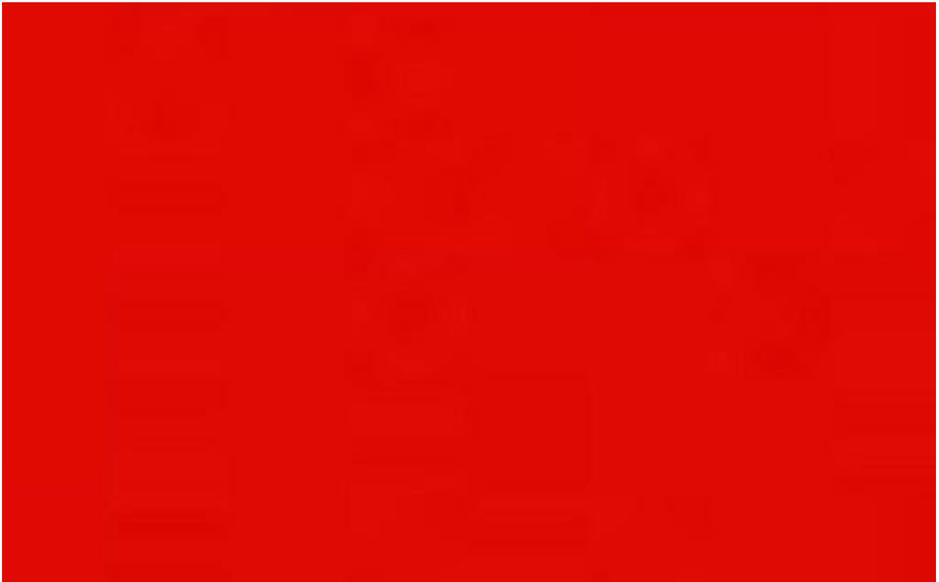


Fonte: Coca-Cola Ad - Divulgação Comercial

O Fechamento é a Lei da Gestalt que faz com que nosso cérebro produza contornos que não existem. Por isso chamamos de Fechamento Sensorial da forma. Dessa forma, os elementos são agrupados se eles parecem se completar. Ou seja, nossa mente vê um objeto completo mesmo quando não há um.

Sobre o método, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A Coca-Cola faz uso de todo o seu arsenal de "Top of Mind Branding" nessa propaganda, já que nem precisa assinar a peça.
- (B) É interessante, porém pouco usual, já que a marca nem assina o produto, podendo gerar uma confusão quanto ao que está sendo vendido de fato na peça.
- (C) É uma forma usual de Branding, e não é necessário um mercado consolidado para criar peças dessa natureza.
- (D) Precisa de muita interpretação, sobretudo para quem não está acostumado a ver peças dessa forma.

**QUESTÃO 48**

O vermelho é uma das sete cores do espectro solar, sendo, por isso denominada, cor fundamental ou primitiva. É cor primária (indecomponível), tanto em cor-luz como em cor-pigmento. Possui elevado grau de cromaticidade e é a mais saturada das cores, decorrendo daí sua maior visibilidade em comparação com as demais.

Fonte: PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*.

Considerando o texto acima sobre a cor vermelha, avalie as informações a seguir:

- I. É uma cor largamente utilizada no Design por representar perigo, paixão e alerta.
- II. Existe tanto em cor pigmento, como em cor luz.
- III. É largamente empregada em aplicativos móveis em sua versão RGB pura, que consiste no Hexadecimal FF0000.

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

**QUESTÃO 49**



A Diagramação é, para a maioria dos ocidentais, distribuir a informação obedecendo um padrão em "Z" (esquerda superior, direita superior, desce a leitura em diagonal, e fecha na direita inferior). A isto, chamamos de

- (A) Diagramação Áurea. Porém, a diagramação na Comunicação Visual consiste em dar pesos às manchas gráficas, a fim de criar um diálogo persuasivo de leitura da informação.
- (B) Diagramação Contemporânea. Porém, a diagramação na Comunicação Visual não consiste em dar pesos às manchas gráficas, a fim de criar um diálogo persuasivo de leitura da informação.
- (C) Diagramação Fibonacci. Porém, a diagramação na Comunicação Visual não consiste em dar pesos às manchas gráficas, a fim de criar um diálogo persuasivo de leitura da informação.
- (D) Diagramação Gutenberg. Porém, a diagramação na Comunicação Visual consiste em dar pesos às manchas gráficas, a fim de criar um diálogo persuasivo de leitura da informação.

### QUESTÃO 50

**Gestalt**  
**Compreensão**  
das partes  
é o todo!

(vemos o total  
primeiro; depois, nos  
atemos aos deta!hes)



Fonte: APAV

O movimento conhecido como Psicologia da Gestalt também pode ser chamado de Psicologia da forma, Gestaltismo ou simplesmente Gestalt. Foi criado pelos psicólogos alemães Max Wertheimer (1880-1943), Wolfgang Köhler (1887-1967) e Kurt Kurt Koffka (1886-1940), nos princípios do século XX.

Com base na Gestalt, enaltecida pelo exemplo acima, é **CORRETO** afirmar:

- (A) A Gestalt foi uma forma pouco inovadora de perceber a forma no final do século XX; isso fica claro na fotomontagem da mulher.
- (B) A Gestalt limita a nossa percepção do todo, nos obrigando a decupar em pedaços uma mensagem para um pleno entendimento. Isso fica evidente ao vermos a fotomontagem simplória de uma mulher.
- (C) A Gestalt não permite o que podemos chamar de erro premeditado. Isso fica evidente no enunciado do exemplo que, propositalmente, troca letras e erra o português.
- (D) Por conta da Gestalt, percebemos primeiro o inteiro, depois nos atemos aos detalhes. Isso fica claro ao percebermos, no exemplo, que quem cala essa mulher é o agressor, representado pelo braço masculino.

### QUESTÃO 51

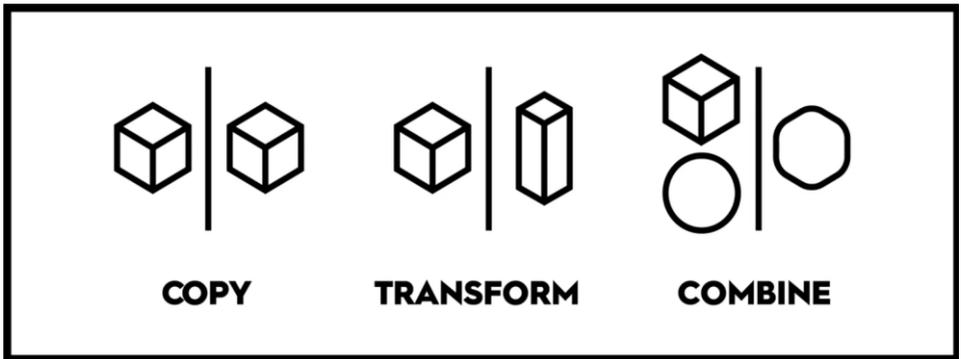


Model Sketch do filme Divertidamente. Fonte: DVD Divertidamente.

Com base nas ilustrações acima, é **CORRETO** afirmar que as personagens do filme *Divertidamente* (PIXAR Disney, 2015) tiveram seus designs:

- (A) baseados na psicodinâmica das cores, o que podemos constatar na cor vermelha remetendo ao medo.
- (B) baseados na psicodinâmica das cores, o que podemos constatar na cor azul remetendo à alegria.
- (C) baseados não apenas na psicodinâmica das cores, mas, também, nas formas.
- (D) focados apenas na psicodinâmica das cores, mas não nas formas.

### QUESTÃO 52

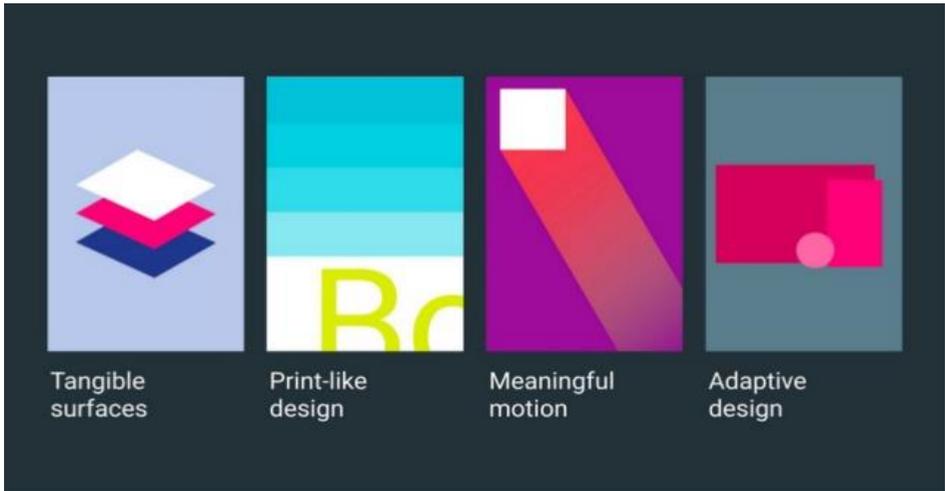


Fonte: KLEON, Austin. *Roube Como Um Artista* - 10 Dicas Sobre Criatividade.

Em resumo, o método da criação de algo "genial".

Sobre o processo destacado acima, é **CORRETO** complementar:

- (A) A combinação é que resulta em um produto considerado genial (ao menos, para quem desconhece as duas etapas anteriores).
- (B) A cópia não deveria estar como parte do processo de criação.
- (C) A transformação é, em resumo, o ato de ocultar o objeto copiado.
- (D) O processo de criação não deveria ter a transformação como passo 2

**QUESTÃO 53**

Fonte: Divulgação Comercial do Google. Com base nos modelos acima.

É **CORRETO** afirmar que

- (A) "adaptive design" é para funcionar em vários tipos de aplicação, ao passo que "print-like design" só funcionaria em materiais impressos.
- (B) "print-like design" cria uma dualidade com "Tangible Surfaces".
- (C) os quatro pertencem a linguagem de design: "material design".
- (D) somente três deles podem se aplicar a dispositivos móveis.

**QUESTÃO 54**


Fonte: Jogo PataPon (Sony, Divulgação Comercial)

Dominar o conceito psicodinâmico das formas é passo fundamental para o Storytelling; Mesmo que você nunca tenha jogado PataPon (Sony, 2007), a narrativa das formas no frame extraído do jogo (acima) dão valiosas pistas de quem são os "mocinhos", quem são os hostis, qual é a tribo controlada pelo jogador, quais as ameaças, etc.

Considerando o exemplo acima, e tecendo considerações sobre o uso da psicodinâmica das formas na comunicação, avalie as informações a seguir:

- I. É notório que os personagens "redondos" são mais amigáveis;
- II. Os diversos espinhos (triângulos) do obstáculo dão uma sensação de uma dificuldade fácil para moderada;
- III. Apesar das duas tribos se apresentarem em um embate com armas, a tribo vermelha aparenta ser mais ameaçadora.

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

**QUESTÃO 55**

A propriedade do papel tem grande influência sobre a qualidade final dos impressos, sendo uma das principais variáveis da produção gráfica. Sendo assim, esta é uma questão que gera dúvidas, principalmente para quem está iniciando na área.

O designer procura empregar sua criatividade, personalidade e embasamento teórico em uma peça gráfica. Mas sem a escolha correta do papel, pode-se prejudicar o desempenho de seus elementos e perder o diferencial do produto. Porém, para que a escolha seja correta, é necessário considerar a mensagem, a tinta, os métodos de impressão e as demais possibilidades de acabamento.

Representam a **classificação básica** do papel:

- (A) Peso, cor, formato e textura, sendo que a cor é determinante. Nesse caso, para o processo RGB.
- (B) Peso, cor, formato e textura, sendo que a textura só consegue ser aplicada em offset e *silk*.
- (C) Peso, cor, formato e textura, sendo que o formato se refere ao tamanho do papel em medidas internacionais e os cortes que esse original pode sofrer.
- (D) Peso, cor, formato e textura, sendo que o peso pode ser medido em  $\text{g/m}^2$ , graus ou  $\text{kg/cm}^2$ .

**QUESTÃO 56**

A composição visual do cartaz para a Copa do Mundo de 2018 não homenageia só o Russo Yashin, o maior goleiro de todos os tempos, mas um estilo visual que igualmente encantou o mundo.

Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/11/1938846-poster-oficial-da-copa-do-mundo-de-2018-homenageia-goleiro-russo-yashin.shtml>

Sobre o estilo da arte, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Foi feita em estilo *punk* "Sex pistols", sob forte influência americana do pós-Guerra Fria.
- (B) Foi feito no estilo Bauhaus, que consistia em design simples e direto, ângulos provocadores e colagens.
- (C) Foi feito no estilo construtivista, muito popular nos anos 1910 e que consiste em formas geométricas mescladas a cores primárias, fotomontagem e tipografia sem serifa.
- (D) Foi uma influência do movimento conhecido como De Stijl, que viria, por sua vez, influenciar artistas como Mondrian.

### QUESTÃO 57





Fonte: McDonalds (Divulgação Comercial)

Apesar de não ser um conceito de fato inovador, é sempre uma grande inspiração quando vemos grandes marcas vendendo seus produtos, sem, de fato, mostrá-los para o seu consumidor. É como se fosse reforçado, aqui, seu conceito de *love-mark*, de *top of mind*, enfim, de marca notória.

Com base nesse contexto, podemos constatar as seguintes opções retóricas do método criativo do Design:

- I. A ideia da primeira peça, se fosse em texto, poderia ser: "o hambúrguer dessa lanchonete é tão bom que só conseguimos exibir a caixa vazia, pois ele já foi consumido."
- II. A ideia das 2 peças é "dar um gatilho", evidenciar que podemos ver hambúrgueres da empresa até em locais inusitados.
- III. A assinatura, com o enunciado "aberto até tarde", faz alusão a luzes da cidade à noite.

Está **CORRETO** o que se afirma em:

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

**QUESTÃO 58**

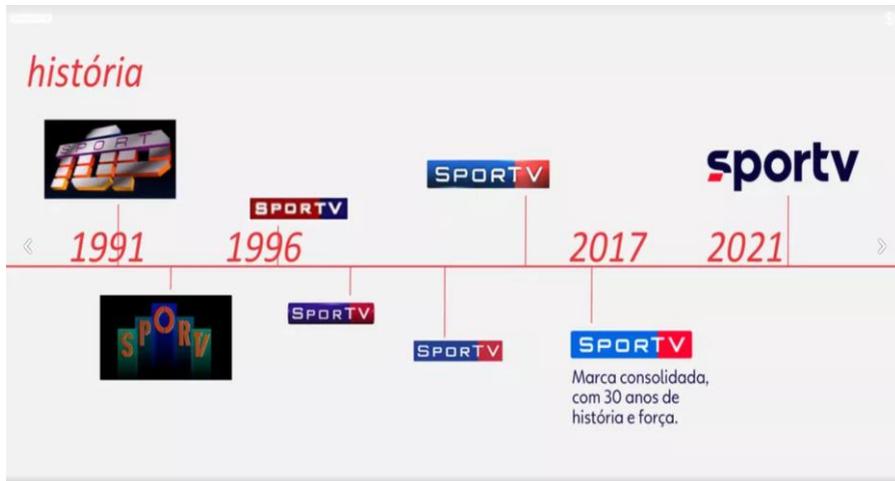
O Zé Delivery, sistema de *delivery* da multinacional de bebidas Ambev, após experimentar um crescimento meteórico em 2021, recebeu uma série de investimentos para espalhar seu sistema de vendas pelo Brasil.

A plataforma, anteriormente, atendia apenas seis estados. Com a disparada de vendas durante o isolamento, aumentou sua oferta para 17 locais e, atualmente, já funciona praticamente em todo o território nacional [...] Um dos fatores que aceleraram o seu crescimento é a Pandemia do Novo Coronavírus, que obrigou o fechamento de bares e restaurantes, e a consequente demanda por bebidas alcoólicas via *delivery*. Porém, o aplicativo, criado em 2019, não engrenou rapidamente; antes, foi preciso estabelecer um método focado na venda, especificamente, no acompanhamento do pedido pelo usuário, já que são as próprias distribuidoras locais que enviam os produtos para as casas dos consumidores. Uma remodelagem do modelo de negócio do aplicativo, tanto estrutural quanto em design, tornou o empreendimento mais amigável aos olhos dos clientes.

Considerando o texto acima e os seus conhecimentos sobre posicionamento de marca, branding, design de interação e cores, podemos destacar:

- (A) Amarelo é uma cor largamente utilizada no Design por representar alegria, comunicação; e, neste caso, evidencia o principal produto (cerveja) e o delivery.
- (B) O posicionamento da Ambev em criar algo não tão familiar, pouco amigável, mas de confiança, evidencia a escolha do nome "Zé Delivery".
- (C) Pela imagem, podemos perceber a pouca presença da marca pelo Brasil.
- (D) Pela simbologia, podemos perceber que o acompanhamento do pedido pelo App não foi um dos pontos mais importantes a serem abordados pela equipe que criou o design de experiência.

### QUESTÃO 59



Força, impacto e dinamismo. Esses são os pilares da nova logomarca do SporTV. Em meio a comemorações de seu aniversário de 30 anos, o SporTV lança um olhar para o futuro e apresenta a sua nova cara: mais vibrante, mais espontânea e mais humana, acompanhando também a própria experiência de consumo do conteúdo esportivo.

"A gente está aproveitando a data para lançar um novo posicionamento de marca. O canal está assumindo novos atributos com destaque para força, impacto e dinamismo. Mexer em uma logomarca com mais de 30 anos é um processo delicado, mas achamos que era hora de mudar" - disse o diretor de criação do departamento de marca da Globo, Ricardo Moyano.

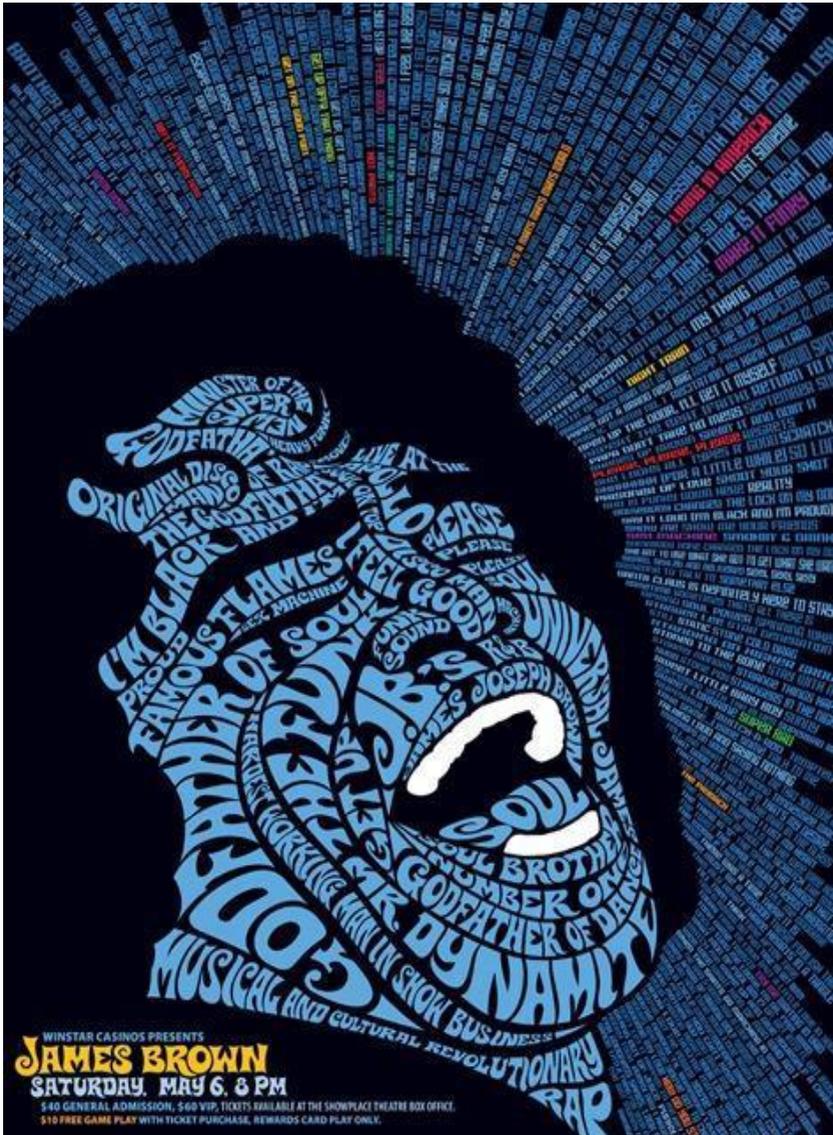
Moyano ressaltou também que a nova logomarca valoriza o "S" de SporTV, que será utilizado em alguns momentos, principalmente em espaços reduzidos.

Fonte: Globo Esporte - <https://ge.globo.com/sportv/noticia/sportv-reposiciona-marca-e-produto-no-seu-aniversario-de-30-anos.ghtml>

Com base nesse contexto, sobre o método criativo, é **CORRETO** afirmar:

- (A) Essa técnica, conhecida como minimalista, tende a criar logos que possam ter a sua versão mínima e manter o padrão. Caso do novo "S" do SporTV.
- (B) Essa técnica, conhecida como *reborn*, tende a buscar torcedores mais jovens.
- (C) Essa técnica, conhecida como *rebrand*, tende a enaltecer o amadurecimento da marca, mas sem abandonar sua história.
- (D) Essa técnica, conhecida como *rebrand*, tende a olhar diretamente para o futuro, num claro reposicionamento de uma marca que valoriza apenas os novos conceitos que o canal prega.

**QUESTÃO 60**



FONTE: Sergio Moctezuma (<http://www.moctezumacreative.com/>)

Na concepção do cartaz acima, podemos dizer que:

- I. Ele pode ter sido feito no Illustrator, e podemos observar várias as distorções de envelope.
- II. Ele, com certeza, foi feito segundo uma tendência Psicodélica, base de vários cartazes do mesmo período musical. Porém, a peça foi produzida digitalmente, o que dá um olhar contemporâneo ao estilo.
- III. Por ser todo em *All Type*, acaba deixando uma mensagem bem interessante ao compor o rosto do James Brown com as letras das suas músicas.

É **CORRETO** o que se afirma em:

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

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

**EDITAL 01/2022**

**PARA VOCÊ DESTACAR E CONFERIR O SEU GABARITO.**

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

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

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

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

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

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

