

PROGRAMAÇÃO VISUAL

1º) Endomarketing, termo criado por Saul Bekin, possui um significado mais próximo de:

- a) Marketing para dentro do cliente.
- b) Planejamento para atuação em grandes centros de consumidores em potências.
- c) Método de pesquisa que visa obter a porcentagem apenas de cliente satisfeitos com determinado produto ou serviço.
- d) Técnica de comunicação em marketing, utilizada dentro de organizações, que possui como público seus próprios colaboradores.
- e) O termo Endomarketing foi criado apenas para identificar um tipo de marca de produto alimentício.

2º) Dentro do ambiente de mídia e dos conceitos envolvidos junto a marcas, o que deve ser entendido por Recall?

- a) Chamada de propagandas com baixa atenção do público.
- b) Termo que identifica o número, em percentual, de pessoas que não reconhecem apenas marcas por seus nomes.
- c) Índice de “lembança” de uma peça publicitária, campanha ou mesmo de um produto.
- d) Associação pouco comum utilizada em mídia para unir o número de clientes finais com o percentual de satisfação alcançado por um produto ou marca.
- e) Termo que designa retrabalho de uma peça ou produto da mídia.

3º) Atualmente, designers e publicitários fazem uso de diversas técnicas no auxílio ao entendimento do consumidor, porém uma em específico apresenta-se como um conjunto de técnicas utilizadas com o auxílio da base de dados do cliente ou produto, para gerenciar e otimizar as relações com os consumidores, que é:

- a) CRM – Customer Relationship Management.
- b) GRP – Gross Rating Point
- c) TARP – Target Rating Point
- d) TAM – Total Administração do Mercado
- e) PDCA – Plan, Do, Act, Check

4º) Qual é o real significado da importância do GRP – Gross Rating Point – para a mídia de uma maneira geral.

- a) É uma maneira de se medir o soma bruta das audiências e penetração dos veículos impressos e eletrônicos utilizados na veiculação de uma mensagem publicitária.
- b) O GRP mensura de maneira exata o percentual de clientes ativos, dado uma campanha publicitária específica.
- c) É um termo utilizado em mídia para identificar o número de propagandas veiculadas por hora em uma emissora ou canal de TV.

- d) O GRP não fornece nenhum dado comprobatório que possa influenciar na mídia, porém, serve de base para o alcance de um anúncio em específico.
- e) É um meio de pontuar os maiores e melhores anúncios na mídia.

5º) Qual das seguintes afirmativas a seguir é aquela que melhor define “Branding”:

- a) Palavra que indica uma leitura de ibope em meios de comunicação de massa.
- b) Termo que designa o desenvolvimento de produtos ou bens duráveis.
- c) Identificação de informes publicitários ou propagandas veiculados a meios de comunicação áudiovisual.
- d) Palavra de origem inglesa que em linguagem publicitária significa audiência.
- e) Termo que engloba as técnicas utilizadas na construção e gestão de marcas

6º) Qual dos seguintes órgãos auto-regulamenta as atividades publicitárias no Brasil?

- a) ABA
- b) ANJ
- c) ANER
- d) CONAR
- e) ABERT

7º) Bruno Munari defende algumas etapas para o processo de criação, e de uma maneira geral, diversos autores concordam com o seu ponto de vista, alterando algumas etapas ou inserindo outras. Porém, é de senso comum ter-se algumas etapas no processo criativo, assinale a alternativa que apresenta tais fases e na correta ordem.

- a) 1. Problematização; 2. Geração de Conceito; 3. Escolha de alternativa (ou Triagem); 4. Desenvolvimento de alternativa; 5. Avaliação; 6. Prototipagem (ou Projeto final).
- b) 1. Iluminação; 2. Produto final para testes; 3. Geração de alternativas viáveis.
- c) 1. Problematização; 2. Iluminamento; 3. Modelos de estudo; 4. Desenvolvimento de alternativas viáveis; 5. Modelo Final.
- d) 1. Iluminação; 2. Seleção de alternativas; 3. Modelos de estudo; 4. Reestruturação de projeto; 5. Modelo Final; 6. Testes de mercado (ou Viabilização).
- e) 1. Problematização; 2. Iluminação; 3. Modelos de estudo; 4. Projeto do Produto; 5. Modelo Final (ou Protótipo); 6. Testes.

8º) Qual das alternativas a seguir possui um item que não tem relação com tipos de papéis?

- a) Alta alvura e Cartão bristol.
- b) Bouffant (ou Bufon) e Canson.
- c) Kroma e Vergê.
- d) Couché fosco e Kraft.
- e) Vegetal e Petra Lisah

9º) Não representa um tipo de equipamento ou processo de produção gráfica a seguinte alternativa:

- a) Monotipo
- b) Linotipo
- c) Fotoletra
- d) Tacito Polén
- e) Fitolito e Chapa

10º) Em processos de impressão com utilização de composição CMYK, o que é o chamado “Efeito Moiré”?

- a) Distúrbio resultante de angulação incorreta da retícula dos vários fítolitos que se assemelha a manchas iguais e equidistantes em toda a imagem.
- b) Efeito de sombreado que é dado para adquirir-se volume apenas em letras com formato bold (negrito).
- c) Técnica de desfoque para fotos ou imagens em preto e branco.
- d) Ondulação no papel ocasionado pelo excesso de tinta derramada na impressão.
- e) Duplicação de imagem ocasionada pela falta de um ou mais fítolitos na ocasião da impressão.

11º) Qual das seguintes alternativas não representa um tipo ou processo de impressão?

- a) Off-set
- b) Rotogravura
- c) Esquiografia
- d) Flexografia
- e) Xerografia

12º) Segundo Zeca Martins “Vício de linguagem é linguagem ruim (...)”, dessa forma, assinale a alternativa que apresenta um vício de linguagem.

- a) Não é apenas uma maneira de ver a realidade.
- b) É necessário encarar de frente toda essa bagunça.
- c) Agradecei ao Senhor, pois só Ele é a salvação.
- d) Amanha será apenas mais um novo dia.
- e) Eis aqui aquele a quem culpastes.

13º) Qual das seguintes técnicas é uma das mais conhecidas dentro do ramo da criatividade?

- a) Brainstorming
- b) Passo a passo
- c) Incubação
- d) CAD
- e) Método de Faraday

14º) De que maneira o “Ciclo de Vida de Produto” pode ser influenciado pelas atividades de design e publicidade de uma forma geral?

- a) O Ciclo de Vida do Produto é influenciado direta e unicamente pela atividade de publicidade no que tange a aspectos ligados à criação e ao

desenvolvimento, ficando praticamente sem função as atividades de design.

- b) Ele é influenciado em todos os aspectos pelas atividades de design, pois somente esta consegue abranger cada uma das cinco etapas do Ciclo de Vida do Produto: Introdução, retorno de custo, maturidade, saturação e recolocação.
- c) Através das três fases do Ciclo de Vida do Produto: Introdução, saturação e modificação, a influência das atividades de design e publicidade é apenas em âmbito administrativo.
- d) Não há influência destas duas áreas de atividade no Ciclo de Vida do Produto.
- e) Conhecendo-se cada uma de suas etapas: introdução (ou nascimento), crescimento, maturação e declínio (ou saturação), é possível projetar-se adequadamente dentro do mercado mediante conhecimento sobre o produto.

15º) Em apenas uma das alternativas seguintes existe o que pode ser considerado um princípio ético a profissionais da área de design e de propaganda, assinale-a.

- a) Todo e qualquer profissional de criação tem liberdade sobre suas obras no que tangea humor e citações, não devendo estar vinculado a normas proibitórias ou inibidoras.
- b) Não existem limites para a imaginação dos profissionais de publicidade e de design, sua criatividade deve ser sempre incentivada e nunca bloqueada, seja por meios normativos ou legislativos.
- c) O profissional de criação deve incluir, em suas mensagens, toda a liberdade e o humor possíveis, mas precisa manter permanentemente avaliação para não provocar ofensas ou constrangimentos a segmentos públicos.
- d) Os direitos que são salvaguardados por lei aos clientes são os mesmos que regem as atividades de design e publicidade, portanto não há nada que os impeça de veicularem seus trabalhos e atividades em mídias de massa
- e) A ética diz que não deve haver moral para a criatividade, e sim, liberdade.

16º) Qual das seguintes alternativas não apresenta um conjunto de estilo de fontes para texto em sua totalidade?

- a) Arial, Verdana, Times New Roman
- b) Aactiva, Alberta, Amerigo BT
- c) Lúcida Sans, Bauhaus, Comic Sans
- d) Malha Alta BD, Monetoria, Trapiche Sans
- e) Serifa Bt, Arial Black, Tunga

17º) O termo “*briefing*” que, no inglês quer dizer “resumo”, pode ser melhor especificado dentro da área de publicidade e propaganda como:

- a) Tudo aquilo que sai da mente do publicitário e se torna real.
- b) Produto e/ou peça que não tiveram sucesso e foram jogadas fora.
- c) Informações preliminares e instruções que um cliente fornece a um profissional ou agência de criação (design ou publicidade) para orientar seus trabalhos
- d) Termo utilizado para identificar trabalhos de autoria própria, evitando-se dessa maneira plágios e falsificações.
- e) Não existe uma definição clara para o termo, porém, em publicidade, geralmente usa-se para identificar um trabalho de baixa qualidade e que não deve ser utilizado.

18º) Qual seria, dentre as afirmativas a seguir, aquela que melhor justifica o uso de uma “pesquisa de mercado” no desenvolvimento de propagandas, produtos, marcas e serviços?

- a) A utilização de pesquisas de mercado afeta apenas o lado financeiro para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, já com relação a marcas e propagandas, o lado produtivo é mais afetado.
- b) De uma maneira sucinta, pesquisas de mercado indicam quais são os potenciais consumidores, porém, estão incorretas em mais de 95% dos casos.
- c) A utilização de pesquisas de mercado orienta de maneira mais adequada os trabalhos e atividades, fazendo com que se obtenha uma sinergia entre os diversos fatores envolvidos em prol de um fim comum: o cliente.
- d) Pesquisas de mercado devem ser utilizadas apenas quando não se conhece ou não se tem informação alguma sobre o mercado a ser atingido, ou seja, quando se tem 0% de informação sobre ele, dessa maneira haverá um maior aproveitamento dos dados coletados.
- e) Sua utilização deve ser feita unicamente onde há a veiculação de produtos de consumo duráveis, pois, com outros tipos de produtos, a opinião expressa não é condizente com a realidade.

19º) Dentro do âmbito da ergonomia, qual seria uma de suas funções básicas no que tange à área visual?

- a) A principal função da ergonomia dentro do aspecto visual é a minimização de esforços físicos decorrentes somente de uma má iluminação.
- b) Fornecer parâmetros que indiquem uma melhor utilização de elementos como fontes, tamanhos de letras e cores, para otimizar a visualização pelo usuário.

- c) A ergonomia estuda as relações entre sistemas informatizados, deixando de fora o ser humano, sendo muito útil apenas para adequação de fontes em telas de grandes formatos.
- d) Como o próprio termo diz: Ergo – visual, Nomo – Norma, a ergonomia visa normatizar aspectos ligados à área de cognição humana e aspectos ligados à visão, tornando todo tipo de atividade e de trabalho menos árduos.
- e) Munir um cliente de meios práticos e tangíveis que possam fazer com que ele escreva uma peça ou mensagem publicitária sem utilização de artifícios informatizados.

20º) Segundo o escritor Jean-Marie Domenach, existem diferenças basais entre “publicidade” e “propaganda” que devem ser entendidas, já que tais termos freqüentemente são confundidos. Assinale a alternativa que melhor distingue os dois termos.

- a) Publicidade é tudo aquilo que é benéfico e que é veiculado à propaganda de maneira rotineira.
- b) Publicidade tende a formar opiniões diferentes do senso comum, em que a opinião de quem anuncia é mais importante e preponderante, enquanto que propaganda veicula apenas aquilo que não poderá afetar a médio e longo prazo uma população.
- c) Propaganda é anúncio para atingir grandes massas, ou seja, para produtos de uso comum, e publicidade é anúncio para pequenos volumes de clientes, ou seja, para produtos específicos.
- d) Publicidade provoca necessidades ou preferências visando a determinado produto particular, enquanto a propaganda sugere ou impõe crenças e reflexos que, comumente, modificam um comportamento e mesmo certas convicções.
- e) Publicidade não existe sem propaganda e vice-versa, porém, a primeira tende a priorizar fatos reais para tornar sua veiculação mais fidedigna, enquanto que a segunda não se utiliza de fatos reais.