



Simulado Português CESPE



Meu amigo, minha amiga!
Sejam todos muito bem-vindos ao nosso primeiro simulado CESPE de 2018.
Após realizarem a prova, coloquem as suas respostas nos comentários do artigo que coloquei no site do Estratégia, cujo link está aqui: <http://bit.ly/simuladocespe>
Com isso vocês mesmos já observam se suas respostas estão de acordo com as da maioria dos alunos. Ah!!! Podem colocar nos comentários as suas justificativas. Isso levará a uma interação e ajudará no seu estudo.
A correção será no dia 23/01/2017, terça, às 19 horas, no canal do Estratégia concursos, no link: <http://bit.ly/correcaoavivo>

INSTRUÇÕES

- 1 – **DURAÇÃO DA PROVA: 30 minutos**, incluído o tempo para preenchimento da folha de respostas.
- 2 – O julgamento de cada item será CERTO ou ERRADO, de acordo com o(s) comando(s) a que se refere o item. Há, na folha de respostas abaixo, para cada item, dois campos de marcação: o campo designado com o código C, que deverá ser preenchido pelo candidato caso julgue o item CERTO, e o campo designado com o código E, que deverá ser preenchido pelo candidato caso julgue o item ERRADO.
- 3 – Para obter pontuação no item, o candidato deverá marcar um, e somente um, dos dois campos da folha de respostas.
- 4 – A nota em cada item das provas objetivas, feita com base nas marcações da folha de respostas, será igual a: **1,00 ponto**, caso a resposta do candidato esteja em concordância com o gabarito oficial definitivo das provas; **1,00 ponto negativo**, caso a resposta do candidato esteja em discordância com o gabarito oficial definitivo das provas; **0,00**, caso não haja marcação ou haja marcação dupla (C e E).

Boa Prova

FOLHA DE RESPOSTAS

1	C	E
2	C	E
3	C	E
4	C	E
5	C	E

6	C	E
7	C	E
8	C	E
9	C	E
10	C	E

11	C	E
12	C	E
13	C	E
14	C	E
15	C	E

16	C	E
17	C	E
18	C	E
19	C	E
20	C	E



Texto 1

Como a Bahia virou uma potência mundial do marketing político

Referências culturais, proximidade com governos e publicidade emotiva explicam sucesso de marqueteiros baianos, dizem colegas.

Por BBC, 21 de janeiro de 2018

1 Cinco anos após o fim da ditadura militar, o político baiano Antônio Carlos Magalhães, o ACM, encarou uma missão que parecia difícil. Em meio a forte campanha contrária, ele tentava voltar ao posto de governador - dessa vez pelo voto popular, e não por indicação dos militares.

5 Alguns dos ataques mais ousados vinham do publicitário Geraldo Walter, que, aos 33 anos, chefiava a campanha do empresário Luiz Pedro Irujo, candidato do PRN. Inspirado no filme O Grande Ditador (1940), em que Charles Chaplin satirizava Adolf Hitler, Walter bolou uma peça em que o papel do führer cabia a um sócia de ACM, que brincava com uma bola com as cores da bandeira
10 baiana.

Em vez de negar a fama de autoritário, a campanha de ACM buscou retratá-lo como uma figura multifacetada. Valendo-se da influência do candomblé no Estado, a equipe coordenada pelo marqueteiro Fernando Barros produziu um comercial em que ACM era chamado de "negro de pele branca" e
15 comparado a Oxumaré - orixá com feições múltiplas, ao mesmo tempo homem e mulher, calmo e irascível, rico e generoso.

ACM venceu a eleição no primeiro turno, e a disputa se tornou um marco na história do marketing político brasileiro. Quatro anos depois, em 1994, o marqueteiro vencedor e o derrotado se uniram em prol da candidatura de
20 Fernando Henrique Cardoso à Presidência, inaugurando uma era de domínio baiano em campanhas eleitorais no país, que perdura até hoje.

Desde aquela eleição, marqueteiros baianos chefiaram todas as campanhas vitoriosas para presidente da República no Brasil e várias no exterior. O êxito da dupla Walter-Barros em 1994 seria repetido nos anos
25 seguintes por Nizan Guanaes, Duda Mendonça e João Santana.

Às vésperas da próxima eleição, porém, a primazia do grupo está ameaçada por escândalos de corrupção, que envolveram alguns dos seus principais expoentes e os afastaram da política.

<https://g1.globo.com>

Considerando as ideias e estruturas linguísticas do texto 1, julgue os itens a seguir.

1. Infere-se do texto que ACM governou a Bahia em determinado período da ditadura militar.

2. Na linha 21, a vírgula após "país" pode ser excluída, preservando-se o mesmo sentido.



3. Na linha 26, a palavra "porém" pode ser substituída por **mas**, mantendo-se o mesmo sentido e a correção gramatical.
4. Em relação aos elementos de coesão, pode-se afirmar que o vocábulo "führer" (linha 8) retoma "O Grande Ditador" (linha 7).
5. As duas ocorrências do vocábulo "se" (linhas 17 e 19) apresentam classificações morfosintáticas diferentes.
6. Para vencer as eleições, a campanha de ACM, além de manter a sua fama de autoritário, aproximou-o da forte cultura do candomblé na região, inclusive comparando-o a Oxumaré - orixá com feições múltiplas.
7. A expressão "em 1994" (linha 18) está entre vírgulas por ser adjunto adverbial intercalado.
8. A vírgula na linha 17 é facultativa.
9. Infere-se do texto que os marqueteiros baianos tornaram-se ícones nas eleições no Brasil e no mundo e se mantêm incólumes também para a próxima eleição (a de 2018).

Texto 2

(O texto 2 é continuação do texto 1)

Revolução tecnológica

- 1 Fernando Barros diz que a campanha de ACM alçou o marketing político brasileiro a um novo patamar de qualidade técnica.
"Usamos as tecnologias mais avançadas e trouxemos os melhores profissionais de cada área: diretores de TV, fotógrafos, técnicos de áudio, de
5 maquiagem, de figurino. Foi uma grande novidade", lembra Barros, presidente da agência Propeg.
Em parceria com Geraldo Walter e com o também baiano Nizan Guanaes, Barros replicou a estratégia na campanha de FHC — eleito em primeiro turno, embalado pelo sucesso do Plano Real.
- 10 Walter morreu de câncer aos 41 anos, a seis meses antes do pleito presidencial de 1998. A direção da campanha de FHC à reeleição ficou com Nizan, que voltaria a assessorar políticos tucanos em eleições seguintes.
Afastado de disputas eleitorais há mais de uma década, o baiano se tornou um dos principais nomes da publicidade brasileira.

<http://g1.globo.com>

Considerando as ideias e estruturas linguísticas do texto 2 (o qual é continuação do texto 1), julgue os itens a seguir.

10. Infere-se da expressão "Barros replicou a estratégia" (linha 8) que a campanha de FHC também utilizou a comparação deste político com Oxumaré.



11. A expressão "diretores de TV, fotógrafos, técnicos de áudio, de maquiagem, de figurino" (linhas 4 e 5) é uma explicitação de "profissionais de cada área".
12. Os segmentos das linhas 8 e 9 "eleito em primeiro turno" e "embalado pelo sucesso do Plano Real" trazem os valores semânticos de explicação e causa, respectivamente.
13. A grafia dos homônimos "a", "à" e "há", nas expressões "a seis meses" (linha 10), "à reeleição" (linha 11) e "há mais de uma década" (linha 13), está correta, pois o primeiro apresenta noção de tempo futuro em relação à ação anterior; o segundo apresenta a fusão de preposição "a" e artigo "a"; e o terceiro transmite noção de tempo decorrido.
14. O emprego do futuro do pretérito do indicativo em "voltaria" (linha 12) transmite hipótese, possibilidade.
15. A fim de amenizar a repetição literal de palavras no texto, o autor lançou mão de vocábulos como "Barros" (linha 8), "Walter" (linha 10), "Nizan" (linha 12) e "o baiano" (linha 13), os quais fazem parte de uma cadeia coesiva em que os três primeiros retomam seus referentes pelo recurso de redução a apenas um nome e o último pelo gentílico, isto é, designação do habitante de determinada região ou daquele que nasceu nela.

Texto 3

(O texto 3 é continuação do texto 2)

Primeiro marqueteiro baiano

- 1 Fernando Barros atribuiu o sucesso de baianos no marketing político a fatores históricos. Ele afirma que, desde que Salvador foi capital do Brasil, entre 1549 e 1763, tornou-se terreno fértil para profissionais das letras, como jornalistas, publicitários e escritores.
- 5 Para o publicitário, o primeiro marqueteiro político do Brasil foi o poeta soteropolitano Gregório de Matos (1636-1696). "Ele na prática fazia campanhas, porque atacava governos, era remunerado, era advogado. Viveu das palavras, da maneira eloquente com que colocava suas ideias."
- 10 Apelidado de Boca do Inferno e Boca de Brasa por suas críticas ácidas, Matos foi deportado pela Coroa portuguesa para Angola e voltou ao Brasil pouco antes de morrer, aos 59 anos.
- Barros diz ainda que, como a Bahia nunca teve um setor industrial forte, as agências de publicidade do Estado tiveram de se aproximar do
- 15 governo e de políticos para sobreviver.
- Autor de 18 livros sobre marketing eleitoral, o paulista Carlos Manhanelli diz que as agências de São Paulo, eixo do mercado publicitário brasileiro, nunca se destacaram como as baianas nesse meio por um cálculo de custo-benefício.
- 20 "Campanhas envolvem ideologia, e os clientes têm ideologia, então, as agências perdem clientes quando entram em campanha."



Para o cientista político pernambucano Antônio Lavareda, publicitários baianos devem parte de seu sucesso ao caldo cultural em que se criaram, o mesmo que deu origem a ícones da cultura popular brasileira, como Maria Bethânia, Gilberto Gil, Caetano Veloso, Dorival Caymmi e Gal Costa.

"É natural que a Bahia, que tem referências culturais muito associadas a raízes populares e à música, tenha gerado profissionais com pendor para uma comunicação bastante emocional, que é a que tem dado mais certo na política."

<https://g1.globo.com>

Considerando as ideias e estruturas linguísticas do texto 3 (o qual é continuação do texto 2), julgue os itens a seguir.

16. Os vocábulos "como" (linhas 13 e 18) apresentam o mesmo valor semântico.

17. Na expressão "tiveram de se aproximar" (linha 14), a substituição da preposição "de" pela preposição **que** preserva o valor de necessidade e mantém a correção gramatical.

18. Os segmentos '*Ele na prática fazia campanhas*' (linhas 6 e 7), '*Matos foi deportado pela Coroa portuguesa para Angola*' (linha 11) e '*Campanhas envolvem ideologia*' (linha 20) são afirmações de publicitários e não do autor.

19. A expressão "caldo cultural" fica subentendida após "o mesmo" (linha 24).

20. Mantém as ideias originais e a correção gramatical a substituição de "Ele na prática fazia campanhas (...) colocava suas ideias." (linhas 6 a 9) por: **Gregório, na prática, fazia campanhas, por atacar governos, ser remunerado, ser advogado. Ele viveu das palavras, da maneira eloquente como colocava suas ideias.**



Participem de nosso gabarito preliminar!

Coloquem as suas respostas nos comentários do artigo que coloquei no site do Estratégia, cujo link está aqui: <http://bit.ly/simuladocespe>

A correção será no dia 23/01/2017, terça, às 19 horas, no canal do Estratégia concursos, no link: <http://bit.ly/correçãoaovivo>

Um grande abraço!
Décio Terror



WhatsApp

(32) 98447 5981