

**-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --****Questão 21**

A respeito das relações entre os sistemas de mídia e os sistemas políticos, assinale a opção correta.

- Ⓐ Em uma situação ideal, em que o sistema de mídias fosse marcado por grande diversidade de vozes e pontos de vista, a agenda pública teria condições de refletir melhor a diversidade de temáticas e pontos de vista da sociedade, contribuindo, assim, para o fortalecimento da democracia.
- Ⓑ O acesso à mídia pelos variados atores sociais — elites econômicas, sindicatos ou organizações territoriais — depende do desenvolvimento de estratégias similares de construção de visibilidade e de sensibilização dos jornalistas.
- Ⓒ Com o surgimento das tecnologias digitais, não é mais possível falar-se em concentração da propriedade dos meios de comunicação, pois a internet e as redes sociais diversificaram o acesso ao espaço público, eliminando os oligopólios nacionais e regionais que dominavam o setor.
- Ⓓ A mídia pode ser considerada um ator político, pois ela é capaz de adaptar sua agenda à agenda político-governamental.
- Ⓔ A mídia, como uma arena política, constitui-se em um espaço igualitário de discussão entre os diferentes atores que acedem à agenda midiática.

**Texto 13A1-I**

Desde 2019, tramita na Assembleia Legislativa do estado Ceará um projeto de lei para proibir os canudos plásticos em todo o estado. Em Fortaleza, uma lei municipal com tal proibição já está em vigor.

Questionado, o secretário de Estado do meio ambiente, assim se manifestou: “Somos favoráveis que a legislação, não só no Ceará, mas também em todo o Brasil, proíba o canudo plástico. Porém, mais importante do que a própria lei, é a sua eficácia. É preciso uma nova mentalidade de consumo. Estamos tentando fazer isso com o Selo Empresa Sustentável, que premia empresas com boas práticas de desenvolvimento sustentável. É uma boa alternativa”.

Redação. Alunos da rede pública criam canudo ecológico a partir da cana de açúcar no interior. **Diário do Nordeste**, 5 jun. 2020.

Internet: <<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br>> (com adaptações).

**Questão 22**

Considerando-se o conteúdo do texto 13A1-I e tomando como base o conceito de comunicação pública, assinale a opção correta.

- Ⓐ A realização de audiências públicas sobre o uso de canudos plásticos, o incentivo à utilização de canudos biodegradáveis nas instituições públicas do estado do Ceará e o desenvolvimento de uma campanha de conscientização da população nos canais da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará são instrumentos de comunicação pública que poderiam ser utilizados na construção de nova mentalidade de consumo desses produtos.
- Ⓑ Uma campanha de comunicação sobre o uso de canudos plásticos no estado do Ceará deve-se focar exclusivamente no consumidor, com o objetivo de influenciar a mentalidade de consumo desses produtos.
- Ⓒ A comunicação pública, como tal, deve dar visibilidade aos atos das instituições públicas, evitando relacionar-se com a sociedade civil, para não contaminar os processos decisórios.
- Ⓓ A atuação da área de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, com relação ao consumo de canudos plásticos, deve limitar-se à cobertura do processo de tramitação do projeto de lei mencionado como uma medida de *accountability* dos atos da entidade.
- Ⓔ Os meios de comunicação audiovisuais — rádio e TV —, por serem concessões do poder público, devem ter prioridade na veiculação de qualquer ação de comunicação pública, a exemplo do uso de canudos biodegradáveis.

**Questão 23**

Considerando-se o texto 13A1-I, no que toca ao papel da comunicação pública e à formação da opinião pública, assinale a opção correta.

- Ⓐ Os resultados das pesquisas de opinião revelam, de forma fidedigna, toda a complexidade do processo de formação da opinião pública.
- Ⓑ As pesquisas de opinião são consideradas instrumentos de comunicação mercadológica e visam entender melhor o comportamento dos consumidores, razão por que não é recomendável utilizá-las em campanhas de comunicação pública.
- Ⓒ A comunicação pública tem como objetivo principal persuadir os cidadãos e criar uma opinião pública favorável à implantação de determinadas políticas públicas.
- Ⓓ Segundo a Teoria da Espiral do Silêncio, a baixa adesão ao uso de canudos biodegradáveis nas cidades brasileiras mostra o silenciamento do tema pela opinião dominante, que tende a reforçar comportamentos já validados pelos grupos sociais.
- Ⓔ Os debates quanto ao uso de canudos plásticos assomaram-se à agenda pública e passaram a influenciar a agenda político-governamental, com tramitação e aprovação de projetos de lei que proíbem o uso de canudos plásticos em vários municípios brasileiros.

**Questão 24**

Pesquisa realizada pelo Datafolha, em março de 2020, mostra que as emissoras de televisão e os jornais impressos são vistos pelos brasileiros como mais confiáveis para divulgar informações sobre o novo coronavírus. O levantamento questionou se as pessoas confiavam totalmente, parcialmente ou não confiavam em determinado meio.

De acordo com o resultado, os meios de comunicação que são majoritariamente desempenhados pela imprensa convencional inspiram maior confiança do que os demais. É o caso dos programas jornalísticos de TV, vistos como confiáveis por 61% dos entrevistados. Outros meios que têm maior confiabilidade são os jornais impressos, com 56%, seguidos pelos programas jornalísticos de rádio (50%) e pelos sítios eletrônicos de notícias (38%). Já as redes sociais WhatsApp e Facebook chegam a 12% cada.

Universidade Federal de Juiz de Fora. Professores analisam pesquisa Datafolha sobre confiança na imprensa convencional. **UFJF Notícias**, 24 mar. 2020. Internet: <www2.ufjf.br> (com adaptações).

Com base nas ideias suscitadas pelo texto anterior, assinale a opção correta.

- Ⓐ A pesquisa mostra que, mesmo após 25 anos da criação do primeiro sítio eletrônico jornalístico brasileiro, a internet ainda não se estabeleceu como meio de comunicação confiável para a opinião pública.
- Ⓑ A pesquisa revela que o uso de redes sociais e aplicativos de mensagens pouco altera o ecossistema midiático, que continua sendo monopolizado pelas organizações de mídia.
- Ⓒ Em um contexto de falta de confiança da população em relação às redes sociais, as instituições públicas devem evitar utilizá-las como ferramentas de comunicação.
- Ⓓ O aumento da difusão de notícias falsas e de campanhas de desinformação reforça a necessidade de maior transparência dos atos das instituições públicas e de atuação delas na comunicação de temas de interesse público.
- Ⓔ O resultado da pesquisa reforça uma das principais premissas da corrente teórica *cultural studies*: a capacidade dos meios de comunicação de produzir interpretações hegemônicas do mundo, ignorando as experiências individuais e coletivas dos receptores.

**Questão 25**

No trabalho de comunicação organizacional nas instituições públicas, a complexidade das organizações exige

- Ⓐ a criação de um planejamento de comunicação capaz de integrar a ação e a *expertise* de diferentes áreas da comunicação, inclusive relações públicas, publicidade e jornalismo, *marketing* e gestão de pessoal.
- Ⓑ o foco da comunicação organizacional exclusivamente no trabalho de assessoria de imprensa e na gestão das relações entre a instituição e a mídia.
- Ⓒ a valorização de seus princípios e métodos, que devem ser aplicados independentemente da natureza e da cultura das organizações.
- Ⓓ a conquista da opinião pública, que se deve manter sempre favorável às atividades político-governamentais.
- Ⓔ a utilização diária, pelas instituições públicas e privadas, de técnicas de comunicação integrada, assim como a busca de metas similares de conquista e fidelização do consumidor.

**Questão 26**

A respeito da gestão da comunicação de crise em instituições públicas, assinale a opção correta.

- Ⓐ Um contexto de crise exige uma estratégia de comunicação unificada, capaz de atingir uma audiência massiva e socialmente indistinta.
- Ⓑ É fundamental, desde o início do processo de crise, construir uma relação de credibilidade entre os porta-vozes da instituição e os públicos de interesse.
- Ⓒ A instituição deve evitar admitir publicamente seu erro, sob o risco de manchar sua credibilidade e dar margem a processos judiciais.
- Ⓓ Em contexto de comunicação de crise, a assessoria de comunicação deve evitar o contato com os meios de comunicação, pois a cobertura jornalística tende a reforçar uma postura de desconfiança em relação às instituições públicas.
- Ⓔ De forma a evitar o pânico da população, os riscos potenciais do evento devem ser minorados e informados a conta-gotas, à medida que a situação evolui.

**Questão 27**

No que concerne às teorias da comunicação, assinale a opção correta.

- Ⓐ Na perspectiva dos estudos culturais latino-americanos, a comunicação de crise, para ser eficaz, deve privilegiar os modelos jornalísticos canônicos e o poder da indústria cultural na formação da opinião pública.
- Ⓑ Ao difundir informações da mídia em grupos de família e amigos, o indivíduo assume um papel similar ao de líder de opinião, conforme o modelo do *two step flow of communication*.
- Ⓒ No contexto de colonização da esfera pública habermasiana, a comunicação acerca da pandemia do coronavírus tem sido marcada pelo uso de argumentos racionais e pela promoção de amplo debate público, visando à construção do consenso.
- Ⓓ Um dos desafios da comunicação em tempos de pandemia é atuar no processo de construção da agenda pública, visando persuadir a população quanto à importância de se obedecer às orientações sanitárias.
- Ⓔ Sob a perspectiva teórica de Bourdieu, a cobertura da pandemia do coronavírus tem sido marcada pela cooperação entre agentes dos campos midiático, científico e político.

**Questão 28**

Com referência ao processo de comunicação entre o governo e a sociedade, assinale a opção correta.

- Ⓐ O processo de comunicação entre os entes governamentais e a sociedade permanece pautado pelo modelo emissor-mensagem-receptor.
- Ⓑ O uso crescente de redes sociais nas organizações tornou mais complexos os fluxos de comunicação, permitindo a comunicação direta entre governo e cidadão, sem a mediação dos meios de comunicação.
- Ⓒ As redes sociais afetaram, de forma radical, a circulação e o consumo de informações na sociedade, mas sem impacto nas relações que a mídia estabelece com as fontes de informação.
- Ⓓ As relações entre a comunicação governamental e a mídia são marcadas por situações de conflito permanente, pois assessores e jornalistas têm culturas profissionais distintas e interesses antagônicos nesse processo.
- Ⓔ A cobertura dos escândalos políticos, sob o enfoque da sociologia da comunicação, é consequência direta do viés narcotizante da mídia em face da crise moral e ética das instituições.

**Texto 13A2-I**

O texto ilustra uma das etapas do desenvolvimento de uma vacina: a fase de testagem.



Testes para vacina contra covid-19 serão aplicados em 2.000 brasileiros.  
Poder 360, 3 jun. 2020. Internet: <<https://www.poder360.com.br>> (com adaptações).

**Questão 29**

Considerando o texto 13A2-I, a fase de testagem de uma nova vacina organiza-se segundo um raciocínio

- A abduativo.
- B silogístico.
- C condicional.
- D dedutivo.
- E indutivo.

**Questão 30**

No tocante a seus aspectos intrínsecos, o texto 13A2-I

- A traz informações a respeito dos passos que são seguidos durante a testagem de uma nova vacina.
- B argumenta a favor da importância do trabalho dos cientistas para o desenvolvimento de uma nova vacina.
- C descreve a rotina de pesquisa em um laboratório encarregado da avaliação de uma nova vacina.
- D narra uma sequência de eventos essenciais para a produção e a comercialização de uma nova vacina.
- E propõe ações que devem ser efetivadas pelos cientistas para a verificação da eficácia de uma nova vacina.

**Texto 13A2-II**

Por mais que se discuta e que se critique o jornalismo, seus procedimentos e seus produtos, não se pode negar a importância da atividade no processo de constituição do atual. A prática jornalística procura, de alguma forma, dar conta das experiências do mundo e torná-las disponíveis para todos. Isso significa que, mesmo sendo objeto de muitos questionamentos, o jornalismo é uma importante via de acesso à realidade e um lugar fundamental em que as sociedades contemporâneas partilham e reverberam seus valores e saberes.

O procedimento jornalístico não é igual ao método científico e — até mesmo pela dinâmica da atividade — nem poderia ser, mas isso não quer dizer que o conhecimento produzido pelo jornalismo seja necessariamente de menor valor. Não é porque não segue os mesmos procedimentos da ciência que a atividade não tenha contribuição a dar na apropriação e na produção do real. Como outras formas de conhecimento, o jornalismo revela o mundo de maneira particular e, desse modo, pode até mesmo identificar aspectos da realidade que nenhuma outra forma de conhecimento seria capaz de desvelar.

Rafael Paes Henriques. *Linguagem, verdade e conhecimento*.  
Vitória: EdUFES, 2014, p. 131-132 (com adaptações).

**Questão 31**

Na retórica do texto 13A2-II, a organização sintática do primeiro período tem o papel de

- A buscar apoio contra as críticas relativas à capacidade de a atividade jornalística produzir conhecimentos de valor para a sociedade.
- B conduzir a leitura para uma concepção do jornalismo como uma atividade ambígua, na qual coexistem pontos negativos e pontos positivos.
- C apresentar ao leitor, já de início, a informação que será invalidada, segundo a qual a atividade jornalística está associada a discussões e críticas.
- D fortalecer a ideia de que o jornalismo, como qualquer atividade humana voltada à produção do conhecimento, é uma importante forma de apreensão do real.
- E destacar, como tópico frasal, a informação de que o jornalismo é uma atividade sobre a qual recaem muitos questionamentos, embora essa seja importante para a sociedade.

**Questão 32**

Nos três períodos do segundo parágrafo do texto 13A2-II, o autor constrói seu raciocínio com base em uma argumentação

- A exemplificativa.
- B falaciosa.
- C analógica.
- D silogística.
- E contraditória.

**Questão 33**

Seria mantida a coerência do texto 13A2-II, caso a expressão “até mesmo”, no último período do texto, fosse substituída por

- A assim.
- B inclusive.
- C sobretudo.
- D portanto.
- E também.

**Texto 13A2-III**

Muitos profissionais de jornalismo digital têm norteado sua produção visando ao atingimento de métricas de audiência. Entretanto, confundir indicadores de audiência com atributos de qualidade, confiança e credibilidade é um grande erro que pode estimular ainda mais a narrativa de desqualificação do jornalismo profissional. A audiência é imprescindível para o jornalismo, mas, sem a existência da credibilidade percebida, ela tenderá a desqualificar a importância da prática jornalística profissional, trazendo consequências mais graves em longo prazo.

Leonel de Azevedo Aguiar e Luciana Alcantara Roxo. A credibilidade jornalística como crítica à "cultura da desinformação": uma contribuição ao debate sobre *fake news*. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 13, n. 3, dez. 2019, p. 182-183 (com adaptações).

**Questão 34**

No texto 13A2-III, destaca-se uma falha argumentativa, conhecida como

- A falsa causa.
- B afirmação do consequente.
- C apelo à quantidade.
- D generalização apressada.
- E argumento de autoridade.

**Questão 35**

No que se refere à coerência do texto 13A2-III, o pronome "ela", no período final, refere-se a

- A "a narrativa de desqualificação do jornalismo".
- B "A audiência".
- C "sua produção".
- D "credibilidade percebida".
- E "a importância da prática jornalística".

**Questão 36**

As *fake news* são notícias falsas que causam desserviço à sociedade porque geram confusão, desinformação e preocupações infundadas sobre diversos assuntos.

O comportamento em massa, guiado por interesses em comum, gera ações coletivas para defender ideais, crenças e valores, e faz desaparecer o sentido de responsabilidade de muitos sobre o ato de propagar as *fake news*, o que agrava o problema.

As universidades e os demais centros de pesquisa têm trabalhado em prol da educação digital das pessoas, incentivando a tomada de consciência em relação ao que é certo divulgar nas mídias sociais e quais fontes são seguras.

A ciência, nesse momento, é fundamental para nortear nossos atos, treinando nosso olhar crítico para diferenciar uma notícia falsa de uma verdadeira. Devemos, nesse processo, observar as datas das postagens e ter o compromisso de verificar a notícia em mais de uma fonte confiável, ou seja, diversificar nossas fontes de informação. É importante destacar que WhatsApp, Facebook e Instagram, em geral, não são fontes confiáveis; portanto, mensagens dessas fontes não devem ser repassadas.

A ciência e o nosso papel no combate a *fake news*.  
Internet: <<https://www.macaef.ufrj.br>> (com adaptações).

Assinale a opção em que a oração destacada integra um argumento no qual há uma premissa não declarada.

- A "porque geram confusão, desinformação e preocupações infundadas sobre diversos assuntos" (primeiro parágrafo do texto)
- B "para defender ideais, crenças e valores" (segundo parágrafo do texto)
- C "e quais fontes são seguras" (terceiro parágrafo do texto)
- D "portanto, mensagens dessas fontes não devem ser repassadas" (quarto parágrafo do texto)
- E "ou seja, diversificar nossas fontes de informação" (quarto parágrafo do texto)

**Texto 13A2-IV**

Estamos acostumados à ideia de que os dados são quase um sinônimo de precisão e certeza, mas, na era digital, quanto mais dados chegam ao nosso conhecimento, maiores são as nossas incertezas e dúvidas. Em plena era dos dados, lidar com essa constatação passa a ser um desafio que vai definir o futuro do jornalismo e, especialmente, a sua inserção na, cada vez mais complexa, arena da informação pública.

Internet: <[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)> (com alterações).

**Questão 37**

Na organização retórica do primeiro período do texto 13A2-IV, sobressai-se a figura denominada

- A antítese.
- B quiasmo.
- C gradação.
- D metáfora.
- E oximoro.

**Questão 38**

A construção sintática do segundo período do texto 13A2-IV é caracterizada pela presença de orações

- A absolutas.
- B coordenadas.
- C correlativas.
- D subordinadas.
- E interferentes.

**Questão 39**

Dentre as novas tecnologias de comunicação *mobile*, uma em particular tem ganhado espaço por permitir a troca de dados por meio de ondas de curta frequência, usando banda estreita, sem a utilização de fios. Sua grande vantagem é a de permitir conexões com baixo custo e baixo consumo de energia. Trata-se da tecnologia denominada

- A VoIP.
- B GPS.
- C QR-Code.
- D Bluetooth.
- E Wi-Fi.

**Questão 40**

Com o avanço das mídias *web*, uma tem ficado famosa por consistir em um sistema capaz de publicar documentos sonoros na Internet de modo que seja possível baixá-los no próprio computador ou dispositivo móvel através de aplicativos, programas específicos ou sites. Esse sistema é o (a)

- A Jukebox digital.
- B MP3.
- C Podcasting.
- D Streaming.
- E Broadcasting.

**Questão 41**

Cada indivíduo ou empresa extrai, por meio das redes sociais a que pertence, seu capital social, que é composto por valores procedentes das relações e das percepções construídas. Um dos valores mais importantes nesse universo, decorrente da presença do indivíduo na rede social, é a

- A relevância.
- B popularidade.
- C visibilidade.
- D reputação.
- E autoridade.

**Questão 42**

Investir em *marketing* digital de forma estratégica consiste em espalhar a mensagem por meio do seu envio de uma pessoa a outra, criando uma corrente que propaga a comunicação de forma rápida e eficiente. A essa ação estratégica muito utilizada atualmente pelas empresas dá-se o nome de

- A *marketing* viral.
- B *e-mail marketing*.
- C publicidade *online*.
- D *marketing* nas mídias sociais.
- E *marketing* de busca.

**Questão 43**

No que se refere a mídias sociais, ao usar conteúdo de relevância em volume e qualidade suficientes para permitir que o consumidor encontre sua marca, goste dela e com ela se relacione, a empresa está trabalhando com a estratégia de *marketing* de

- A relacionamento.
- B nicho.
- C guerra.
- D resposta direta.
- E conteúdo.

**Questão 44**

Uma das inúmeras estratégias de monitoramento utilizadas para avaliação do sucesso das estratégias de *marketing* digital está ligada a determinado comportamento que se pretende obter do cliente, fazendo que ele chegue, de fato, a realizar a compra. Essa estratégia de monitoramento consiste em

- A validar o conteúdo visitado.
- B estabelecer as fontes de tráfego.
- C promover a conversão.
- D conhecer o visitante.
- E identificar a origem da visita.

**Questão 45**

Por meio do aparelho celular, conhecido também como dispositivo móvel, é possível dar continuidade às ações que começam nele, propagando a comunicação por outras plataformas. Essa característica é chamada de

- A mobilidade.
- B geolocalização.
- C interatividade.
- D convergência.
- E transmídia.

**Questão 46**

A principal característica dos *wikis*, as enciclopédias abertas, é que são um espaço colaborativo, considerado de fato um sistema de

- A *bottom-up*.
- B *block-notes*.
- C *co-publishing*.
- D *wiki nodes network*.
- E *knowledge base*.

**Questão 47**

No planejamento de comunicação, o objetivo é um alvo ou fim que se quer atingir; já a meta é mais específica quanto ao tempo e à intensidade do seu cumprimento.

Em relação ao planejamento de comunicação, julgue os itens a seguir.

- I A definição de metas pressupõe a criação de controles quantitativos, pesquisas e métodos de mensuração constantes.
- II É útil estabelecer distinção entre os objetivos da empresa, os do *marketing* e os da propaganda.
- III A meta é o objetivo quantificado.
- IV Ao ser especificado no tempo e na sua intensidade, o objetivo se transforma em meta da empresa, do *marketing* e da propaganda.

Estão certos apenas os itens

- A I e IV.
- B II e III.
- C II e IV.
- D I, II e III.
- E I, III e IV.

**Questão 48**

O trabalho de criação é facilitado pelos programas gráficos Illustrator, Photoshop e Corel Draw, que possuem ferramentas para trabalhar com perspectiva. Nesses programas, determinado recurso utiliza dois ou mais pontos de fuga para proporcionar a ideia de mais volume a um objeto, passar adequadamente ângulos, distância, altura, largura e profundidade. Trata-se do recurso denominado

- A ponto de fuga especial.
- B seção áurea.
- C linha do horizonte.
- D perspectiva central.
- E perspectiva oblíqua.

**Questão 49**

A fonte tem um papel fundamental no trabalho de comunicação. Assinale a opção que contém apenas tipos de fontes considerados antigos.

- A bodoni, century schoolbook, times bold
- B weis, xerox serif wide, nouveau
- C garamond, caslon, times
- D ballet engraved, lucinda sans
- E optima, helvética, bodoni

**Questão 50**

O atendimento é a área da agência publicitária que faz contato com o cliente e elabora o *briefing* com todas as informações para que, a partir daí, seja feito todo o trabalho de criação da campanha publicitária. O atendimento

- A limita-se a responder à solicitação do cliente.
- B tem a responsabilidade pela rentabilidade da conta da agência, concentrando informações sobre faturamento, custos e gastos internos.
- C solicita orçamentos às gráficas e é responsável por negociar e cuidar da impressão e supervisão dos trabalhos junto aos fornecedores.
- D é responsável pelo diagnóstico dos problemas da empresa, com sugestão de soluções.
- E é responsável pela elaboração e implantação do planejamento estratégico da agência.

**Questão 51**

No contexto de mídia em relação ao planejamento de campanha, o número de pessoas que assistem a cada exibição de determinado programa e o percentual do público-alvo que assistiu pelo menos uma vez, em certo período de tempo, a um conjunto de veiculações de um comercial são definidos, respectivamente, como

- A audiência e alcance.
- B audiência e frequência.
- C alcance e audiência.
- D frequência e audiência.
- E frequência e alcance.

**Questão 52**

Na propaganda, a mensagem busca apresentar um produto, um serviço ou divulgar uma marca; para que ela realize essa função, deve-se escolher o melhor tipo de anúncio para divulgação.

Acerca de redação publicitária, julgue os itens seguintes.

- I Varejo *hard self* é a mensagem que chama a atenção do consumidor para depois persuadi-lo por meio do estilo e da imagem dos produtos.
- II Anúncio de oportunidade é aquele em que se utiliza do momento para divulgar o produto ou serviço.
- III *Teaser* é um anúncio que tem a função de provocar a curiosidade do consumidor.
- IV Marca *soft self* é a mensagem em discursos repetitivos e insistentes, reiterando o preço, as condições e as ofertas.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e IV.
- C II e III.
- D II e IV.
- E I, III e IV.

**Questão 53**

No tratamento de uma foto ou ilustração, submete-se o material ao *scanner* e são produzidos os fotolitos, para cada cor, até se chegar ao processo final de composição. Algumas vezes, ocorre, no fotolito, o erro de “puxar” esta ou aquela cor. Para verificar o andamento do processo e evitar esse problema, existem alguns tipos de provas de verificação, entre elas, inclui-se a prova

- A de listagem.
- B Rich.
- C Cromalin.
- D Press.
- E Quark.

**Questão 54**

A respeito de cibercultura e produção digital, julgue os próximos itens.

- I A narrativa transmídia (transmídia *storytelling*) refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias.
- II Na cibercultura, chama-se conhecimento compartilhado a soma total de informações retidas individualmente pelos membros do grupo e que podem ser acessadas em resposta a uma pergunta específica.
- III Na cocriação, as empresas colaboram criando conteúdos para cada um dos setores, permitindo que cada meio de comunicação gere novas experiências ao consumidor e aumente os pontos de acesso à franquia.
- IV Convergência midiática pode ser definida como comportamento do público em buscar entretenimento que deseje nos meios digitais.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C II e IV.
- D I, III e IV.
- E II, III e IV.

**Questão 55**

Entre as estratégias para promoção de determinado produto ou serviço, incluem-se: utilização de materiais no ponto de venda, utilizando *display* de chão, teto, parede, adesivo de chão, *stopper*; inserção de produtos e marcas em filmes e programas de TV, para alcançar o consumidor de forma oculta, ligando-os a enredos e personagens. Essas estratégias são conhecidas, respectivamente, como

- A *phishing* e *merchandising*.
- B *merchandising* e *brand placement*.
- C *subliminal seduction* e *advergaming*.
- D *advergaming* e *brand equity*.
- E *phising* e *brand placement*.

**Questão 56**

De acordo as recomendações do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR),

- A a propaganda para crianças e adolescentes deve ter a participação apenas de pessoas dessa faixa etária.
- B anúncios podem impor a noção de superioridade de seus produtos, desde que comprovada pelos órgãos competentes.
- C o anúncio de determinados produtos pode estimular o consumo de forma indiscriminada.
- D as pessoas que aparecem nas peças de comerciais de cigarro e nas de bebidas alcoólicas devem ter idade acima de 18 anos.
- E anúncios não devem ser realizados em formato jornalístico, para não confundirem o consumidor, que pode considerá-los como notícias e não como propagandas.

**Questão 57**

Existem várias estratégias de *marketing* para implementar uma campanha publicitária, pode-se utilizar, por exemplo, o *marketing* invisível, que é tão sutil que nem se percebe sua sugestão intencional. O *marketing* que se caracteriza por promover conteúdos relevantes para atingir seu público alvo é

- A a emboscada.
- B o viral.
- C o *inbound*.
- D a guerrilha.
- E o *buzz*.

**Questão 58**

A pesquisa de opinião é um instrumento valioso para compreender pensamentos e expressões do público que se quer analisar. A comunicação social utiliza-se de métodos de pesquisa qualitativos para compreender a opinião pública e direcionar a melhor forma de se comunicar com essas pessoas.

A esse respeito, julgue os próximos itens.

- I Os problemas de pesquisa não se apresentam de forma clara e direta. Para definir o escopo do estudo, é necessário solicitar e receber bem todos os pontos de vistas dos entrevistados sobre o tema em questão.
- II Na técnica de coleta de dados, a entrevista pessoal é a de valor mais baixo de todos os métodos, sendo as entrevistas por telefone e as por correio as que mais impactam no orçamento.
- III Após se identificar o universo da pesquisa, é preciso decidir se a pesquisa vai englobar a totalidade de seus componentes ou apenas parte desse universo, caracterizando como pesquisa por amostragem.
- IV O pré-testes do instrumento de pesquisa visa corrigir possíveis distorções no questionário e deve ser feito com um grupo diferente daquele no qual será aplicada a pesquisa, abrangendo o maior número possível de pessoas.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C II e IV.
- D III e IV.
- E II, III e IV.

**Questão 59**

A indústria bancária internacional vem passando por profundas modificações: além da ampliação das empresas financeiras de tecnologia *fintechs* no mercado de *banking*, observam-se importantes mudanças no mercado bancário promovidas pelos principais reguladores globais. Nesse contexto, o *open banking* (sistema financeiro aberto, em tradução livre)

- A está restrito aos bancos de varejo.
- B busca reduzir o custo financeiro do dinheiro (*spread*) por meio dos ganhos relacionados à economia de escala e de escopo.
- C torna o compartilhamento de dados de clientes parte central do modelo de negócios.
- D não envolve transações relacionadas a pagamentos bancários.
- E reduz o risco de ataques cibernéticos.

**Questão 60**

A guerra no Iêmen, que teve início em conflitos e contradições políticos e econômicos que eclodiram após a Primavera Árabe, constitui verdadeiro desastre humanitário. Com posição estratégica no estreito de Bab al-Mandab, que liga o mar Vermelho ao golfo de Áden, região por onde passam importantes petroleiros no mundo, o conflito parece distante de um fim.

Em relação a esse tema, assinale a opção correta.

- A Arábia Saudita e Irã são aliados nesse conflito e buscam estabelecer, na região, um polo econômico sunita no mundo islâmico.
- B O Iêmen do Sul foi o primeiro Estado árabe marxista constituído após a Segunda Guerra Mundial.
- C O regime árabe-islâmico do Irã conta com o apoio da Rússia.
- D O regime iemenita tem o apoio irrestrito do Irã.
- E O Iêmen do Norte foi o primeiro país cristão independente surgido após a Segunda Guerra Mundial.

**Questão 61**

Considerando-se que um dos principais desafios na gestão do sistema elétrico brasileiro passa pelo endereçamento do risco hidrológico, é correto afirmar que o risco hidrológico

- A está alocado com os agentes que apresentam maior capacidade de gerenciá-lo.
- B está associado à possibilidade de ruptura de barragens ou de reservatórios de água.
- C provocou, nos últimos anos, maior concentração da matriz energética brasileira.
- D é um problema que será solucionado pela expansão continuada e sustentável da matriz solar.
- E gerou problemas que foram minimizados, mas não eliminados, pela adoção de bandeiras tarifárias.

**Questão 62**

Acerca dos debates concernentes à reforma política, julgue os itens seguintes.

- I O instrumento da reeleição foi instituído no primeiro governo do presidente Lula, e figura como tema recorrente das demandas dos partidos políticos.
- II A agenda da reforma política, por envolver mudança constitucional, vem sendo negligenciada nos debates do Congresso Nacional desde 1988.
- III A institucionalidade do multipartidarismo fez com que a preocupação por parte do presidente da República com a governabilidade fosse recorrente em todos os governos pós-1988.
- IV Houve crescimento da judicialização da política, mediante o deslocamento do eixo decisório do Parlamento para o Judiciário.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C I e IV.
- D III e IV.
- E II, III e IV.

**Questão 63**

No tocante à recente reforma da previdência social aprovada pelo Governo Federal, julgue os itens a seguir.

- I Houve, no mínimo, aumento do tempo e da alíquota de contribuição para todos os trabalhadores.
- II O déficit da previdência social integra o cálculo do superávit primário.
- III Independentemente da idade, as filhas solteiras de militares foram mantidas como pensionistas.
- IV Os policiais civis e militares tiveram acréscimo de cinco anos no período de contribuição.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item II está certo.
- C Apenas o item III está certo.
- D Apenas os itens III e IV estão certos.
- E Todos os itens estão certos.

**Questão 64**

A respeito da gestão cambial recente no Brasil, julgue os itens subsecutivos.

- I O Brasil adotou, até o ano de 1999, o regime de câmbio fixo.
- II O Banco Central do Brasil adota o regime de bandas cambiais.
- III O risco de restrições externas decorrentes de crises no balanço de pagamentos caiu consideravelmente.
- IV O Brasil reduziu a indexação da dívida pública ao dólar como estratégia para minimizar a vulnerabilidade externa do país.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C I e IV.
- D II e III.
- E III e IV.

**Questão 65**

Em relação às crises financeiras internacionais e domésticas recentes, julgue os próximos itens.

- I A despeito da legalidade, a crise financeira do *subprime* teve como elemento importante as operações efetuadas fora de balanço dos bancos.
- II No auge da crise da dívida soberana dos países europeus, o Brasil apresentou a sua mais alta taxa de crescimento do produto interno bruto das últimas décadas.
- III Na zona do Euro, as políticas monetária e fiscal são unificadas e adotam diretrizes comuns estabelecidas pelo Parlamento Europeu.
- IV Para evitar crises bancárias, o Banco Central do Brasil proibiu a relação de operações de *swap* cambial reverso.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C II e IV.
- D I, II e III.
- E II, III e IV.

**Questão 66**

Desde o final do sistema de Bretton Woods, o dólar estadunidense passou a ser a moeda de referência global. Com o intuito de alterar esse cenário, o governo chinês vem adotando medidas para aumentar a relevância do Renminbi nas transações financeiras internacionais. Para que a moeda chinesa possa competir com o dólar estadunidense como moeda de referência internacional, a economia chinesa precisa

- A reduzir as desigualdades sociais.
- B majorar o volume de suas exportações.
- C elevar a participação no comércio global.
- D aumentar as reservas internacionais.
- E apresentar subseqüentes déficits em transações correntes.

**Questão 67**

Com início em março de 2011, a guerra na Síria encontra-se em seu décimo ano. Inserida no contexto da Primavera Árabe, a busca por reformas democráticas acabou por transformar o conflito nesse país em um dos mais atrozes da história recente.

A respeito desse conflito, julgue os itens subsecutivos.

- I O presidente Bashar Al-Assad buscava desenvolver o país a partir de uma estratégia para torná-lo uma plataforma logística para *pipelines* e gasodutos.
- II A aliança da Rússia com Bashar Al-Assad deriva do interesse econômico de rivalizar a logística de hidrocarbonetos com as monarquias do Golfo Pérsico.
- III A Turquia, país-membro da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), frequentemente, realiza operações militares contra os curdos, os quais são apoiados pelos Estados Unidos da América (EUA).
- IV Mesmo em campos apostos, a Rússia e os EUA lutam contra o Estado Islâmico.

Assinale a opção correta.

- A Apenas os itens I e II estão certos.
- B Apenas os itens II e III estão certos.
- C Apenas os itens III e IV estão certos.
- D Apenas os itens I, III e IV estão certos.
- E Todos os itens estão certos.

**Questão 68**

Na gestão das empresas, é fundamental ao administrador monitorar o índice de liquidez da companhia, o qual mostra quantas unidades monetárias a empresa tem no seu

- A ativo para cada real de dívida no curto prazo.
- B ativo circulante para cada real de dívida no curto prazo.
- C patrimônio líquido para cada real de dívida no curto prazo.
- D ativo permanente para cada real de patrimônio líquido.
- E ativo circulante para cada real de dívida total.

**Questão 69**

O fato de uma empresa apresentar um índice de endividamento de 70% indica que

- A o grau de endividamento da empresa é baixo.
- B a empresa possui boa rentabilidade.
- C a empresa está excessivamente imobilizada.
- D a participação dos recursos próprios nos investimentos da empresa é de 70%.
- E a participação do capital próprio nos investimentos da empresa é de 30%.

**Questão 70**

A respeito da Agenda 2030, importante tema de desenvolvimento sustentável tratado pela Organização das Nações Unidas (ONU), assinale a opção correta.

- A A Agenda 2030 limita-se a tratar da erradicação da pobreza no mundo.
- B O Brasil vetou, em 2019, o projeto de lei que integralizava as metas da Agenda 2030 no plano plurianual da União.
- C Os objetivos da Agenda 2030 são mais específicos e focados do que os definidos pela ONU nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM).
- D A falta de indicadores para acompanhar o progresso evidenciado pelos países é criticada pelos opositores, no sentido de que o tema se resume a uma carta de intenções.
- E Os objetivos definidos na Agenda 2030 destoam dos riscos globais apontados pelo Fórum Econômico Mundial.

**Espaço livre**