

TÉCNICO EM DESENVOLVIMENTO – COMUNICÓLOGO




BADESUL DESENVOLVIMENTO S.A. –
AGÊNCIA DE FOMENTO/RS
Concurso Público 01/2026

PROVA TEÓRICO-OBJETIVA

70 questões


 5 alternativas


PROVA DISCURSIVA

 02 questões

TEMPO DE PROVA

 5 horas

 Saída permitida somente
após 1 hora de prova

 O candidato só poderá
levar este Caderno após 1
hora de prova

INSTRUÇÕES



Confira se esse Caderno de Prova contém a quantidade de questões indicadas e 2 (duas) questões discursivas. A substituição deste Caderno de Prova ocorre apenas antes de iniciar a prova.

- O tempo de prova inclui o preenchimento do Cartão-Resposta e da Folha Definitiva da Prova Discursiva.
- Nenhuma informação acerca do conteúdo das questões será fornecida pelo Fiscal de Sala, pois é parte integrante da prova.
- Ao concluir estas provas, entregue o Cartão-Resposta ao Fiscal de Sala, **devidamente assinado**, e a Folha Definitiva da Prova Discursiva.
- Ao final da prova, os 03 (três) últimos candidatos deverão permanecer na Sala de Prova até que o último termine a sua prova, devendo ambos testemunhar a devolução e o lacre dos documentos.
- A divulgação do gabarito preliminar e do padrão de respostas se dará conforme Cronograma de Execução do certame.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS AO INSTITUTO LEGALLE. PROIBIDO REPRODUÇÃO.

RASCUNHO PARA GABARITO

01	06	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66
02	07	12	17	22	27	32	37	42	47	52	57	62	67
03	08	13	18	23	28	33	38	43	48	53	58	63	68
04	09	14	19	24	29	34	39	44	49	54	59	64	69
05	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70

Para responder às questões 01 a 10, leia o texto abaixo.

Da renda à ciência, desigualdade racial segue moldando o Brasil

Neste 21 de março, Dia Internacional contra a Discriminação Racial, olhar para a desigualdade no Brasil é, inevitavelmente, olhar para o que persiste. Não apenas nos indicadores, mas nas estruturas que atravessam o tempo e organizam silenciosamente a vida social. Como resume o economista Mário Theodoro — ex-pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e uma das principais referências no tema —, “a pobreza, a miséria e, principalmente, a desigualdade são fenômenos que remontam à própria criação do Brasil e têm raízes na questão racial”.

Os dados mais recentes do Ipea não deixam espaço para dúvida: mesmo diante de avanços importantes nas políticas públicas, a desigualdade racial permanece como uma presença constante. Ela não se limita a um campo específico — infiltra-se na renda, atravessa o acesso a serviços, delimita trajetórias e chega, inclusive, à forma como o país produz e organiza seus próprios dados.

Mais do que um desvio ou uma exceção, trata-se de um padrão que se repete. Uma engrenagem que se ajusta ao tempo, mas não se desfaz, e que segue desafiando tanto a ação do Estado quanto a capacidade de compreender, em profundidade, o Brasil que se constrói todos os dias.

O estudo Desigualdade de raça e gênero e impactos distributivos dos gastos públicos com saúde e educação no Brasil mostra que as políticas públicas têm, sim, potência transformadora. Ao incorporar serviços de saúde e educação ao cálculo da renda ampliada, a desigualdade diminui de forma expressiva — o índice de Theil (medida estatística de desigualdade econômica e concentração de renda) recua de 0,62 para 0,38, sinalizando o efeito redistributivo do Estado.

Mas há camadas que resistem.

Entre 11% e 12% da desigualdade total ainda se explica por fatores como raça e gênero, revelando que essas dimensões continuam a organizar o acesso a oportunidades. Mesmo quando o Estado atua, as marcas da desigualdade não desaparecem por completo — elas se reconfiguram.

Essa distância se amplia quando se observa o gasto privado: entre as famílias de maior renda no país, por exemplo, as chefiadas por homens brancos chegam a investir em saúde até 150% do que é gasto por famílias negras. Em um mesmo país, convivem realidades profundamente distintas, separadas por barreiras que nem sempre são visíveis, mas são persistentemente eficazes.

E quando raça e gênero se cruzam, o cenário se torna ainda mais complexo. As desigualdades não apenas se somam — elas se aprofundam, revelando um tecido social

onde as diferenças se entrelaçam e se reforçam mutuamente.

Há ainda um outro desafio, mais silencioso: o de medir a desigualdade. O estudo Avanços entre desafios: uma análise da evolução da qualidade das informações de raça/cor na Rais e no Novo Caged aponta melhorias importantes na qualidade dos registros, como a redução de informações ignoradas ao longo do tempo. Mas revela também que os dados ainda carregam distorções.

Bases administrativas seguem apresentando sobrerrepresentação de pessoas brancas e sub-representação de pessoas pretas quando comparadas a outras fontes, como a PNAD Contínua. Em anos recentes, essa diferença ultrapassou três pontos percentuais — e já foi ainda maior.

São pequenas distâncias nos números, mas grandes no que elas significam.

Porque medir mal é, muitas vezes, enxergar menos. E enxergar menos é também limitar a capacidade de agir.

Quando reunidos, os estudos apontam para uma mesma direção: a desigualdade racial no Brasil não é episódica. Não é um resíduo do passado. É uma presença ativa, que se reorganiza e se mantém ao longo do tempo.

Ela atravessa a renda, o acesso a serviços, os espaços de poder e até os instrumentos que deveriam revelá-la. Está nas trajetórias individuais, mas também nas estruturas que as condicionam.

E é justamente essa persistência que torna o desafio mais complexo — e mais urgente.

Fonte: <https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/16302-da-renda-a-ciencia-desigualdade-racial-segue-moldando-o-brasil> (adaptado).

Questão 01. Ao mobilizar os dados do estudo sobre os impactos distributivos dos gastos públicos com saúde e educação, o texto sustenta que:

- (A) A atuação estatal anulou as disparidades sociais historicamente vinculadas à raça e ao gênero, tornando residual a desigualdade no país.
- (B) Os avanços observados na renda ampliada resultam, sobretudo, da expansão do gasto privado das famílias de menor renda em saúde e educação.
- (C) Os estudos citados indicam que raça e gênero perderam relevância analítica, uma vez que o acesso a oportunidades passou a depender prioritariamente do mérito individual.
- (D) A redução estatística da desigualdade demonstra que os serviços públicos produzem efeito redistributivo, embora não eliminem integralmente as assimetrias estruturais.
- (E) O índice de Theil comprova que a desigualdade racial deixou de ser um problema central, passando a predominar, no Brasil, uma diferenciação apenas econômica.

Questão 02. Ao afirmar que **há camadas que resistem**, o texto passa a desenvolver a ideia de que:

- (A) A persistência das diferenças decorre, predominantemente, de escolhas individuais das famílias diante das oportunidades oferecidas.
- (B) Os indicadores de desigualdade deixaram de ser confiáveis, razão pela qual não permitem mais interpretar a realidade social brasileira.
- (C) A desigualdade, embora reduzida pelos gastos públicos, preserva núcleos de permanência associados a fatores estruturais, como raça e gênero.
- (D) O problema central da desigualdade brasileira está restrito à insuficiência de dados estatísticos sobre renda e consumo.
- (E) O estado, ao ampliar serviços sociais, intensificou diferenças antes inexistentes entre grupos raciais e econômicos.

Questão 03. No trecho em que o texto aborda a qualidade das informações de raça/cor em bases administrativas, a argumentação conduz à conclusão de que:

- I. A melhora nos registros administrativos foi suficiente para tornar dispensável a comparação com outras fontes estatísticas nacionais.
- II. Distorções na produção dos dados comprometem a visibilidade do fenômeno social, podendo restringir a formulação e a eficácia das ações de enfrentamento.
- III. A sub-representação de pessoas pretas decorre da oscilação natural dos levantamentos, sem impacto relevante para a compreensão da realidade brasileira.

Das assertivas, pode-se afirmar que:

- (A) I, II e III estão corretas.
- (B) Apenas I está incorreta.
- (C) Apenas I e II estão corretas.
- (D) Apenas II não está incorreta.
- (E) Apenas III não está incorreta.

Questão 04. Em **Ela não se limita a um campo específico — infiltra-se na renda, atravessa o acesso a serviços, delimita trajetórias e chega, inclusive, à forma como o país produz e organiza seus próprios dados**, a expressão **delimita trajetórias** foi empregada com o sentido de:

- (A) Amplia percursos sociais, ao multiplicar de modo equilibrado as possibilidades de ascensão individual.
- (B) Define caminhos livres de obstáculos, ao distribuir de maneira uniforme o acesso a bens e serviços.
- (C) Reorganiza escolhas subjetivas, ao substituir condicionamentos estruturais por decisões exclusivamente individuais.
- (D) Condiciona percursos de vida, ao impor barreiras que restringem oportunidades e possibilidades de deslocamento social.
- (E) Descreve percursos pessoais, ao registrar neutralmente os diferentes modos de inserção dos indivíduos na sociedade.

Questão 05. No trecho **Mesmo quando o Estado atua, as marcas da desigualdade não desaparecem por completo — elas se reconfiguram**, a palavra **reconfiguram** exemplifica um caso de:

- (A) Derivação prefixal, pois houve acréscimo de prefixo à palavra base, com alteração de sentido.
- (B) Composição por aglutinação, pois ocorreu fusão de elementos com alteração estrutural da base.
- (C) Derivação sufixal, pois houve acréscimo de sufixo nominal à forma primitiva.
- (D) Composição por justaposição, pois dois radicais foram unidos sem perda fonética.
- (E) Derivação regressiva, pois a palavra resulta da redução de uma forma verbal anterior.

Questão 06. No período **E quando raça e gênero se cruzam, o cenário se torna ainda mais complexo**, a oração **quando raça e gênero se cruzam** classifica-se como:

- (A) Oração subordinada adverbial condicional, pois indica hipótese necessária para a complexidade do cenário.
- (B) Oração subordinada adverbial temporal, pois expressa circunstância de tempo em relação à oração principal.
- (C) Oração subordinada adjetiva restritiva, pois caracteriza o substantivo **cenário**.
- (D) Oração coordenada sindética aditiva, pois acrescenta uma informação autônoma à oração seguinte.
- (E) Oração subordinada substantiva subjetiva, pois exerce a função de sujeito da oração principal.

Questão 07. O vocábulo **que** pertence ao grupo das palavras de grande versatilidade na língua portuguesa, pois pode assumir diferentes classificações gramaticais conforme o contexto em que aparece. No período **Mas há camadas que resistem**, o vocábulo **que** classifica-se como:

- (A) Conjunção subordinativa causal.
- (B) Conjunção integrante.
- (C) Pronome indefinido.
- (D) Partícula expletiva.
- (E) Pronome relativo.

Questão 08. A relação entre letras e sons nem sempre ocorre de forma direta na língua portuguesa, razão pela qual a análise de fonemas e dígrafos exige observar a realização sonora efetiva de cada vocábulo. Considerando essa perspectiva, assinale a alternativa INCORRETA.

- (A) **exemplo** apresenta 7 letras e 7 fonemas.
- (B) **profundidade** apresenta 11 fonemas e 1 dígrafo.
- (C) **expressiva** apresenta 10 letras, 9 fonemas e 1 dígrafo.
- (D) **chefiadas** apresenta 1 dígrafo consonantal e 8 fonemas.
- (E) **atravessa** apresenta 8 fonemas e 1 dígrafo consonantal.

Questão 09. Os sujeitos das orações podem apresentar diferentes classificações, conforme a forma como o termo a que o verbo se refere se manifesta na estrutura sintática. Entre os tipos mais recorrentes, estão o sujeito simples; o sujeito composto; o sujeito oculto; o sujeito indeterminado; e a oração sem sujeito. Assim, no trecho **a pobreza, a miséria e, principalmente, a desigualdade são fenômenos que remontam à própria criação do Brasil**, o sujeito da forma verbal **são** classifica-se como:

- (A) Sujeito indeterminado.
- (B) Oração sem sujeito.
- (C) Sujeito composto.
- (D) Sujeito simples.
- (E) Sujeito oculto.

Questão 10. A colocação pronominal em língua portuguesa refere-se à posição do pronome oblíquo átono em relação ao verbo. A identificação dessa colocação depende da estrutura da oração e da forma verbal a que o pronome se vincula. No trecho **Ela atravessa a renda, o acesso a serviços, os espaços de poder e até os instrumentos que deveriam revelá-la**, a colocação pronominal presente em **revelá-la** classifica-se como:

- (A) Ênclise.
- (B) Próclise.
- (C) Epêntese.
- (D) Hipêrclise.
- (E) Mesóclise.

LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

Questão 11. Analise o texto a seguir, conforme Lei Federal nº 13.303/2016:

As licitações realizadas e os contratos celebrados por empresas públicas e sociedades de economia mista destinam-se a assegurar a seleção da proposta mais economicamente financeira, inclusive no que se refere ao ciclo de vida do objeto, e a evitar operações em que se caracterize sobrepreço ou superfaturamento, devendo observar os princípios da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da eficiência, da probidade administrativa, da economicidade, do desenvolvimento nacional sustentável, da vinculação ao instrumento convocatório, da obtenção de competitividade e do julgamento objetivo.

Acerca do texto, pode-se afirmar que ele está:

- (A) Plenamente adequado, visto que observa a legislação vigente.
- (B) Parcialmente adequado, visto que a seleção citada busca a proposta mais vantajosa.
- (C) Parcialmente adequado, visto que não se evita sobrepreço, o qual é interessante para o poder público.
- (D) Plenamente inadequado, visto que em nada observa a legislação vigente.
- (E) Parcialmente adequado, visto que o julgamento objetivo não deve ser buscado, e sim o subjetivo.

Questão 12. As instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil devem manter registros de todas as operações realizadas, produtos e serviços contratados, inclusive _____, recebimentos, transferências de recursos e operações no mercado de câmbio.

Quantos dos seguintes itens podem preencher a lacuna acima? **I.** saques; **II.** aportes; **III.** depósitos; **IV.** pagamentos.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

Questão 13. O servidor público que utilizar ou viabilizar a utilização de qualquer informação obtida em decorrência da quebra de sigilo de que trata a Lei Complementar nº 105/2001, responde pessoal e diretamente pelos danos decorrentes, sem prejuízo da responsabilidade objetiva da entidade pública, quando comprovado que o servidor agiu de acordo com orientação oficial. A quebra de sigilo, fora das hipóteses autorizadas na Lei citada, constitui crime e sujeita os responsáveis à pena de _____ e multa, aplicando-se, no que couber, o Código Penal, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Preenche CORRETAMENTE a lacuna:

- (A) detenção.
- (B) repreensão pública.
- (C) advertência.
- (D) moção de repúdio.
- (E) reclusão.

Questão 14. O Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP reúne e dá publicidade às sanções aplicadas pelos órgãos ou entidades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de todas as esferas de governo com base na Lei Federal nº 12.846/2013. O CNEP contém, entre outras, as informações acerca das sanções aplicadas previstas em quantos dos seguintes itens? **I.** Tipo de sanção; **II.** Dados pessoais dos componentes da Comissão Penalizadora; **III.** Razão social e número de inscrição da pessoa jurídica ou entidade no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ; **IV.** Data de aplicação e data final da vigência do efeito limitador ou impeditivo da sanção, quando for o caso.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

Questão 15. As instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil devem requerer dos sacadores clientes e não clientes solicitação de provisionamento com, no mínimo, três dias úteis de antecedência, das operações de saque, inclusive as realizadas por meio de cheque ou ordem de pagamento, de valor igual ou superior a:

- (A) Dois mil reais.
- (B) Dez mil reais.
- (C) Quinze mil reais.
- (D) Vinte e cinco mil reais.
- (E) Cinquenta mil reais.

Questão 16. Acerca dos agentes de tratamento de dados pessoais, conforme a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, analise as assertivas:

- I. A autoridade nacional poderá dispor sobre padrões de interoperabilidade para fins de portabilidade, livre acesso aos dados e segurança, assim como sobre o tempo de guarda dos registros, tendo em vista especialmente a necessidade e a transparência.
- II. A autoridade nacional poderá determinar ao controlador que elabore relatório de impacto à proteção de dados pessoais, inclusive de dados sensíveis, referente a suas operações de tratamento de dados, nos termos de regulamento, observados os segredos comercial e industrial.
- III. O controlador e o operador devem manter registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizarem, salvo quando baseado no legítimo interesse.

Está(ão) CORRETA(S):

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

Questão 17. Tem-se que as agências de fomento podem empregar em suas atividades, além de recursos próprios, os provenientes do previsto em quantos dos seguintes itens? **I.** Orçamentos federal, estadual e municipal; **II.** Fundos e programas oficiais; **III.** Organismos e instituições financeiras nacionais e internacionais de desenvolvimento; **IV.** Captação de depósito interfinanceiro vinculado a operações de microfinanças.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

Questão 18. Observe as afirmações que seguem:

As agências de fomento devem constituir e manter, permanentemente, fundo de liquidez equivalente, no mínimo, a _____ do valor de suas obrigações, a ser integralmente aplicado em títulos públicos federais.

Para isso, consideram-se obrigações os valores registrados no _____ circulante, as coobrigações por cessão de crédito e as garantias prestadas.

Preenche, CORRETA e respectivamente, as lacunas:

- (A) sete por cento; ativo.
- (B) dez por cento; passivo.
- (C) doze por cento; ativo.
- (D) quinze por cento; passivo.
- (E) vinte por cento; ativo.

Questão 19. Analise as partes que seguem: Além dos estabelecimentos bancários oficiais ou privados, das sociedades de crédito, financiamento e investimentos, das caixas econômicas e das cooperativas de crédito ou a seção de crédito das cooperativas que a tenham, também se subordinam às disposições e disciplina da Lei Federal nº 4.595/1964 no que for aplicável (**1ª parte**) as bolsas de valores, companhias de seguros e de capitalização, as sociedades que efetuam distribuição de prêmios em imóveis, mercadorias ou dinheiro, mediante sorteio de títulos de sua emissão ou por qualquer forma (**2ª parte**), e as pessoas, desde que jurídicas, que exerçam, por conta própria ou de terceiros, atividade relacionada com a compra e venda de ações e outros quaisquer títulos, realizando nos mercados financeiros e de capitais operações ou serviços de natureza dos executados pelas instituições financeiras (**3ª parte**).

Acerca das partes, pode-se afirmar que:

- (A) Apenas a 1ª parte está incorreta.
- (B) Apenas a 2ª parte está incorreta.
- (C) Apenas a 3ª parte está incorreta.
- (D) Apenas a 1ª parte está correta.
- (E) Apenas a 2ª parte está correta.

Questão 20. Quantos dos seguintes itens constituem o Sistema Financeiro Nacional, estruturado e regulado pela Lei Federal nº 4.595/1964? **I.** Banco do Brasil S.A.; **II.** Conselho Monetário Nacional; **III.** Banco Central do Brasil; **IV.** Demais instituições financeiras, desde que públicas.

- (A) Nenhum deles.
- (B) Apenas 1 deles.
- (C) Apenas 2 deles.
- (D) Apenas 3 deles.
- (E) Todos os 4.

RACIOCÍNIO LÓGICO

Questão 21. Uma agência de fomento estabeleceu a seguinte norma para a concessão de crédito a startups: "Se o projeto apresenta inovação disruptiva ou a garantia real é superior a 150% do empréstimo, então o desembolso é aprovado e os juros são subsidiados." Considere que, em um processo de auditoria, descobriu-se que a norma acima foi descumprida em um processo específico (ou seja, a proposição lógica é falsa). Nesse caso, é logicamente CORRETO afirmar que:

- (A) O projeto apresenta inovação disruptiva, mas o desembolso não foi aprovado.
- (B) O projeto não apresenta inovação disruptiva e a garantia real é inferior a 150% do empréstimo.
- (C) O desembolso foi aprovado, mas os juros não foram subsidiados.
- (D) Se o projeto não é disruptivo, então a garantia real é superior a 150%.
- (E) O projeto é disruptivo ou a garantia é superior a 150%, e o desembolso foi aprovado.

Questão 22. Uma agência de fomento possui um orçamento anual de R\$ 250 milhões, dos quais R\$ 34 milhões são destinados ao desenvolvimento econômico de um projeto social de impacto regional. Buscando ampliar a captação de recursos, os analistas da agência submeteram uma proposta a um fundo internacional. A condição estabelecida para a liberação do novo aporte é que o valor total destinado a esse projeto social passe a representar exatamente 20% do orçamento anual total da agência. Considere que todo o recurso adicional obtido pelos analistas será somado tanto ao orçamento total da agência quanto à verba específica do projeto social. Para atender à exigência do fundo internacional, o valor, em milhão de real, que os analistas conseguiram a mais para a agência foi de:

- (A) 66.
- (B) 50.
- (C) 22.
- (D) 20.
- (E) 16.

Questão 23. Para processar os pedidos de subvenção econômica de um novo edital, a agência estima que 12 analistas, com a mesma capacidade de trabalho, operando 6 horas por dia, conseguem analisar 180 projetos em 20 dias. Devido à alta demanda, a agência precisa analisar 300 projetos em apenas 15 dias. Para cumprir esse novo cronograma, mantendo a mesma eficiência, quantos analistas serão necessários se a jornada diária for estendida para 8 horas?

- (A) 15 analistas.
- (B) 18 analistas.
- (C) 20 analistas.
- (D) 22 analistas.
- (E) 24 analistas.

Questão 24. O cronograma de liberação de recursos para a construção de um polo tecnológico prevê 12 parcelas mensais que formam uma Progressão Aritmética. Sabe-se que a soma da 3ª parcela com a 10ª parcela totaliza R\$ 800.000,00. A diretoria da agência de fomento aprovou um teto total de investimento para este projeto (a soma das 12 parcelas), em milhão de real, de exatamente:

- (A) 4,0.
- (B) 4,8.
- (C) 5,2.
- (D) 5,6.
- (E) 6,0.

Questão 25. O comitê de avaliação de risco de uma agência de fomento é composto por 10 membros, sendo 6 especialistas em Economia e 4 especialistas em Engenharia. Para garantir uma análise criteriosa e multidisciplinar de projetos estratégicos — como os voltados ao setor de saneamento básico — a agência realiza o sorteio aleatório de uma comissão técnica formada por 4 membros distintos dentre os integrantes do comitê. Considerando que todos os membros têm a mesma chance de serem selecionados e que a escolha é feita de forma aleatória, deseja-se avaliar a composição dessa comissão sob o ponto de vista da diversidade de formação acadêmica. Com base nisso, qual é a probabilidade de que essa comissão seja formada por pelo menos um engenheiro e pelo menos um economista?

- (A) $\frac{97}{210}$
- (B) $\frac{97}{105}$
- (C) $\frac{1}{2}$
- (D) $\frac{1}{210}$
- (E) $\frac{13}{14}$

Questão 26. Uma agência de fomento utiliza um sistema lógico para decidir o status de projetos, com base na seguinte proposição:

$$(A \rightarrow B) \wedge (\neg B \rightarrow C) \wedge (A \vee C)$$

Considerando a construção da tabela verdade dessa proposição, é CORRETO afirmar que ela será falsa quando:

- (A) A for verdadeira, B for verdadeira e C for falsa.
- (B) A for verdadeira, B for falsa e C for falsa.
- (C) A for falsa, B for falsa e C for verdadeira.
- (D) A for falsa, B for verdadeira e C for falsa.
- (E) A for verdadeira, B for falsa e C for verdadeira.

Questão 27. Em certo estudo sobre instituições financeiras, alguns pesquisadores organizaram, por meio de um diagrama lógico, três conjuntos de entidades, sendo:

- Conjunto A: Órgãos governamentais.
- Conjunto B: Empresas de economia mista.
- Conjunto C: Agências de fomento.

Quando analisaram o diagrama, verificou-se que:

- Todo elemento de C pertence também a B.
- Alguns elementos de B pertencem a A.
- Nenhum elemento de A está totalmente contido em C.

Com base nessas relações lógicas entre os conjuntos, a classificação CORRETA para uma instituição que é empresa de economia mista e atua como agência de fomento, sem ser órgão governamental direto, será:

- (A) Pertence apenas ao conjunto A.
- (B) Pertence simultaneamente aos conjuntos A, B e C.
- (C) Pertence aos conjuntos B e C, mas não necessariamente ao conjunto A.
- (D) Pertence apenas ao conjunto C.
- (E) Pertence aos conjuntos A e C, mas não ao conjunto B.

Questão 28. Numa instituição pública, os projetos de fomento a aprendizagem de estudantes da Educação Básica aparecem no sistema da instituição sendo divididos nas seguintes condições:

- Projetos aprovados com financiamento (120 unidades).
- Projetos aprovados (180 unidades).
- Projetos aprovados (30 unidades) em reestruturação.
- Projetos em reestruturação para aprovação futura (80 unidades).
- Projetos recusados (40 unidades).

A partir das condições, é possível afirmar, CORRETAMENTE, que o total de projetos que estão no sistema da instituição é de:

- (A) 300, considerando que os projetos aprovados englobam aqueles com financiamento e os em reestruturação, sendo somados apenas os conjuntos disjuntos restantes.
- (B) 420, ao somar todos os conjuntos apresentados, admitindo que não há interseção entre projetos aprovados, em reestruturação e recusados.
- (C) 260, ao excluir os projetos aprovados em reestruturação do total de aprovados e somar apenas os projetos não sobrepostos.
- (D) 340, considerando que os projetos aprovados em reestruturação devem ser contabilizados separadamente dos aprovados com financiamento.
- (E) 220, ao considerar exclusivamente os projetos aprovados e em reestruturação, desconsiderando os recusados por não integrarem o ciclo ativo.

Questão 29. Ao longo de uma análise sobre padrões utilizados por uma agência de fomento para codificação interna de projetos culturais desenvolvidos em uma universidade, verificou-se que adotaram um padrão lógico em uma sequência em que cada letra representa um número conforme sua posição no alfabeto de 26 letras, o que é representado a seguir:

A – C – F – J – O

Considerando o padrão de formação da sequência, o próximo projeto após **O** será representado, CORRETAMENTE, pela letra:

- (A) R.
- (B) S.
- (C) T.
- (D) U.
- (E) V.

Questão 30. Uma agência de fomento estabeleceu alguns títulos para projetos internos em análise receberem financiamento. Um dos títulos adotados no sistema da agência diz o seguinte:

Se um projeto, é aprovado, então recebe financiamento. Caso não tenha recebido financiamento, é porque não foi aprovado ou precisa de reformulação.

Analisando o título acima, pode-se dizer que os conectivos lógicos abordados são:

- (A) Se A, então B. Não B implica em não A ou C.
- (B) Não A então B. B implica em não A ou B.
- (C) Se A, então B. Não B implica em não A ou B.
- (D) A implica B. Não A implica em não B ou C.
- (E) A implica B, B implica A ou C.

UTILIZE ESTE ESPAÇO PARA CÁLCULOS

UTILIZE ESTE ESPAÇO PARA CÁLCULOS

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Questão 31. Analise o trecho a seguir:

A cultura se tornou um objeto de indústria que, na sua forma mais extrema – a indústria cultural –, também se apropriou do espírito e quer controlá-lo.

Em análise ao trecho e de acordo com a Teoria da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer, a produção cultural na sociedade industrial caracteriza-se por:

- (A) Estimular a autonomia crítica do indivíduo através da diversificação estética.
- (B) Priorizar o valor de uso da obra de arte em detrimento do seu valor de troca.
- (C) Transformar a cultura em mercadoria, visando a padronização do consumo e a passividade do público.
- (D) Fomentar a ruptura com os padrões tradicionais de consumo através da arte de vanguarda.
- (E) Democratizar o acesso à alta cultura sem interferir na subjetividade do receptor.

Questão 32. No âmbito do Planejamento Estratégico de Comunicação Integrada, o conceito de “Mix de Comunicação” (ou Composto de Comunicação) transcende a simples execução de tarefas táticas, consolidando-se como uma arquitetura de pontos de contato entre a organização e seus diversos stakeholders. Sob a ótica da sinergia comunicacional e da coerência de posicionamento, o “Mix de Comunicação” deve ser compreendido como:

- (A) O uso isolado de ferramentas de assessoria de imprensa para gestão de crises.
- (B) Uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa para transmitir uma mensagem coerente.
- (C) A estratégia de focar exclusivamente em mídias digitais para redução de custos operacionais.
- (D) O processo de fragmentação das mensagens para atingir diferentes públicos de forma desconexa.
- (E) A sobreposição de identidades visuais distintas para cada linha de produto da organização.

Questão 33. Pode-se afirmar que o marketing de relacionamento se trata de criar uma relação satisfatória, a longo prazo, entre o cliente e o fornecedor. Com base nessa temática, qual estratégia de Marketing visa criar valor para o cliente a longo prazo?

- (A) Focar na transação individual e imediata para maximizar o lucro por venda.
- (B) Desenvolver interações contínuas e personalizadas que gerem confiança e lealdade mútua.
- (C) Priorizar a aquisição constante de novos clientes em detrimento da retenção dos atuais.
- (D) Reduzir os canais de atendimento para automatizar a resposta ao consumidor.
- (E) Padronizar o atendimento para todos os segmentos, ignorando as particularidades de nicho.

Questão 34. O Código de Ética do Profissional de Relações Públicas no Brasil, regulamentado pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas - Conferp, orienta a atuação pautada na verdade, interesse público, transparência e respeito aos direitos humanos. De acordo com o Código de Ética, qual das alternativas abaixo constitui um princípio fundamental do profissional no exercício de suas funções?

- (A) Divulgar informações de clientes anteriores para beneficiar o projeto atual.
- (B) Subordinar o interesse público ao interesse privado da organização que o contratou.
- (C) Empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.
- (D) Assumir responsabilidades somente por tarefas para as quais esteja capacitado, reconhecendo suas limitações e renunciando a trabalho que possa ser por elas prejudicado.
- (E) Garantir resultados de imagem positiva mesmo que baseados em dados inverídicos.

Questão 35. Os impactos de uma resposta bem articulada para esclarecimento de um fato podem ser positivos para garantir a boa imagem de uma instituição. No contexto da Assessoria de Imprensa, a técnica de "*Media Training*" tem como objetivo principal:

- (A) Produzir releases com linguagem publicitária para garantir a publicação integral nos jornais.
- (B) Preparar os porta-vozes da organização para interagir com jornalistas, compreendendo os quesitos do bom discurso, bem como, modo de agir, postura e adequação estética.
- (C) Monitorar os textos dos repórteres para influenciar a cobertura jornalística.
- (D) Redigir as colunas assinadas por editores nos principais veículos de comunicação.
- (E) Substituir a necessidade de atendimento direto à imprensa por meio de redes sociais.

Questão 36. No cenário das transformações da Comunicação Digital e da transparência pública, a adoção da "Linguagem Simples" (*Plain Language*) como diretriz estratégica no setor público busca:

- (A) Evoluir o vocabulário para um nível culto, considerando os quesitos de precisão técnica.
- (B) Utilizar termos técnicos complexos para garantir a autoridade da instituição.
- (C) Facilitar o acesso à informação, garantindo que o cidadão encontre e compreenda o que precisa rapidamente.
- (D) Limitar a comunicação apenas a ícones e imagens, eliminando textos escritos.
- (E) Priorizar o uso de gírias e regionalismos para criar proximidade com o público jovem.

Questão 37. Os eventos corporativos trazem grandes ganhos as empresas e instituições pois favorecem a comunicação organizacional, o *networking* e gestão estratégica. Além disso, são capazes de fortalecer a marca (*Branding*) e promovem a integração e treinamento de colaboradores e parceiros. Ao se planejar um evento corporativo, a definição da "Ordem de Precedência" baseia-se em:

- (A) Critérios de antiguidade cronológica de fundação das empresas participantes.
- (B) Escolha aleatória dos assentos para evitar conflitos de interesse entre convidados.
- (C) Ordem alfabética dos nomes dos cônjuges das autoridades presentes.
- (D) Normas de cerimonial que estabelecem a hierarquia de autoridades em cerimônias oficiais.
- (E) Prioridade absoluta para o convidado que possui maior investimento financeiro no evento.

Questão 38. No caso do Jornalismo Empresarial contemporâneo, exige-se que os instrumentos de interface com o público interno transcendam o caráter meramente informativo, atuando na gestão do conhecimento e na mitigação de ruídos (rádio peão). Na estrutura do Jornalismo Empresarial, o veículo tradicionalmente denominado "House Organ" cumpre uma função tática na gestão da comunicação organizacional. Esse instrumento caracteriza-se por:

- (A) Ser uma publicação editada por sindicatos de classe sobre a gestão interna das empresas.
- (B) Ser um jornal de grande circulação nacional que vende espaços publicitários para governos.
- (C) Ser um relatório pessoal de funcionários onde não há controle editorial da empresa e pode assumir diferentes configurações, dependendo do público a que se destina.
- (D) Ser um relatório estritamente financeiro destinado apenas aos acionistas minoritários.
- (E) Ser uma publicação institucional, geralmente concebida para divulgar os fatos e as realizações da empresa ou entidade e pode assumir diferentes configurações, dependendo do público a que se destina.

Questão 39. Na análise dos efeitos sociais da comunicação de massa, a Teoria do *Agenda-Setting* (Agendamento) propõe uma relação de influência entre o noticiário e a opinião pública. O significado central desse conceito pressupõe que:

- (A) O público determina autonomamente quais temas são relevantes, ignorando a mídia.
- (B) A mídia tem o poder de dizer às pessoas sobre o que pensar, ao selecionar e destacar determinados temas em detrimento de outros.
- (C) Os veículos de comunicação apenas refletem a realidade de forma neutra e imparcial.
- (D) A audiência é incapaz de processar informações que não estejam relacionadas ao seu cotidiano.
- (E) O agendamento é um processo exclusivo de regimes ditatoriais para controle de massas.

Questão 40. No âmbito da função estratégica das Relações Públicas, a "Pesquisa de Opinião Pública" transcende a mera coleta de dados quantitativos, consolidando-se como um instrumento essencial para:

- (A) Manipular os dados demográficos para favorecer a diretoria da empresa.
- (B) Substituir a necessidade de investimento em publicidade e propaganda.
- (C) Garantir que todos os funcionários pensem de forma idêntica sobre a organização.
- (D) Monitorar exclusivamente as redes sociais pessoais dos concorrentes diretos.
- (E) Identificar tendências, percepções e expectativas dos públicos para subsidiar o planejamento estratégico.

Questão 41. Sobre a simbiose entre tecnologia e humanidade, temos que o Marketing 5.0 é a aplicação de tecnologias que imitam o comportamento humano para criar, comunicar, entregar e aumentar o valor ao longo da jornada do cliente.

Considerando a aplicação da Inteligência Artificial (IA) no Marketing 5.0, é CORRETO afirmar que:

- (A) A tecnologia deve substituir a intuição do profissional de marketing, tornando a criatividade humana obsoleta.
- (B) A IA serve apenas para a automação de tarefas repetitivas, sem impacto na personalização da experiência.
- (C) O objetivo é utilizar o Big Data e o Machine Learning para antecipar necessidades e oferecer soluções hiperpersonalizadas em tempo real.
- (D) O Marketing 5.0 causa exclusão digital de gerações mais velhas, priorizando os nativos digitais.
- (E) A tecnologia mimetiza o humano apenas para reduzir custos operacionais, independentemente da satisfação do consumidor.

Questão 42. Em um cenário de pós-verdade e vigilância digital constante, a eficácia da comunicação institucional durante incidentes críticos é medida pela capacidade de preservação do capital reputacional e da confiança dos stakeholders.

Diante de um evento de ruptura que ameace a continuidade do negócio ou a imagem pública, a Gestão de Crises na Comunicação Corporativa deverá:

- (A) Omitir informações negativas para evitar a queda das ações na bolsa de valores.
- (B) Manter a transparência, agilidade na resposta e centralizar as informações em porta-vozes preparados.
- (C) Culpar terceiros ou agentes externos antes de realizar uma investigação interna.
- (D) Aguardar o encerramento dos fatos para emitir qualquer posicionamento oficial.
- (E) Responder apenas aos veículos de imprensa que historicamente elogiam a empresa.

Questão 43. O marketing multicanal proporciona uma experiência imersiva em que os clientes não conseguem mais distinguir onde termina o mundo físico e onde começa o mundo digital. Com base neste cenário, assinale a alternativa que descreve CORRETAMENTE o conceito de Metamarketing.

- (A) Focar exclusivamente no desenvolvimento de produtos para o Metaverso, abandonando pontos de venda físicos.
- (B) Utilizar realidade aumentada para permitir que o cliente visualize um móvel em sua sala antes da compra, integrando a conveniência digital ao espaço físico.
- (C) Priorizar o e-commerce tradicional com algoritmos de recomendação baseados em histórico de compras passadas.
- (D) Eliminar a interação humana no atendimento, substituindo-a por *chatbots* de inteligência artificial generativa.
- (E) Criar campanhas de marketing de massa em canais de televisão para garantir o alcance global da marca.

Questão 44. Refletindo sobre a visão sistêmica do marketing moderno, temos que os consumidores não são mais meros alvos de marketing; eles são seres humanos plenos, com mentes, corações e espíritos. Essa visão "centrada no ser humano" implica que as empresas devem:

- (A) Maximizar o lucro a curto prazo, independentemente do impacto ambiental ou social.
- (B) Adotar o marketing de causas apenas como uma ferramenta estética de relações públicas (*greenwashing*).
- (C) Segmentar o mercado baseando-se estritamente em dados demográficos como idade e renda.
- (D) Integrar a responsabilidade socioambiental ao núcleo do modelo de negócio e à missão da marca.
- (E) Ignorar as comunidades locais e focar apenas na satisfação individual do comprador final.

Questão 45. A pirâmide invertida no *webwriting* não é apenas uma técnica jornalística; é uma necessidade de arquitetura de informação, onde o essencial deve estar no topo para combater a volatilidade da atenção. Considerando a aplicação da Pirâmide Invertida, assinale a alternativa CORRETA.

- (A) O autor deve começar com um contexto histórico longo antes de chegar ao ponto central.
- (B) As informações mais importantes (quem, o quê, quando e onde) devem aparecer logo no primeiro parágrafo.
- (C) O título do texto deve ser criado com vocabulário complexo a fim de despertar a curiosidade e forçar o clique (*clickbait*).
- (D) Detalhes secundários devem ocupar o topo da página para aumentar o tempo de permanência no site.
- (E) A conclusão é o elemento mais importante e deve ser o foco da primeira dobra da tela.

Questão 46. No contexto do marketing digital, o novo caminho do consumidor é definido pelos 5 A's: Assimilação, Atração, Arguição, Ação e Apologia. Com base nisso, qual alternativa descreve, CORRETAMENTE, a fase da Apologia?

- (A) Quando o cliente faz perguntas sobre o produto em fóruns e redes sociais.
- (B) Quando o cliente decide comprar o produto pela primeira vez em uma loja física.
- (C) Quando o cliente lembra da marca espontaneamente ao ver uma propaganda.
- (D) Quando o cliente se torna um defensor fiel, recomendando a marca para outros de forma espontânea.
- (E) Quando o cliente compara preços entre diferentes sites de busca antes de fechar o carrinho.

Questão 47. Analise o trecho abaixo:

Marketing de conteúdo não é sobre o que a sua empresa faz, é sobre o que o seu cliente precisa. É a moeda do século XXI, baseada na construção de autoridade e confiança.

Dentro da visão dessa visão, a criação de conteúdo para web deve priorizar:

- (A) A produção massiva de textos curtos e sem profundidade para aumentar o alcance pela repetição.
- (B) O foco total na venda direta do produto em todas as etapas da jornada do cliente.
- (C) A ocultação de informações valiosas para forçar o cliente a entrar em contato.
- (D) A entrega de valor genuíno que resolva problemas do público-alvo, posicionando a marca como uma solução confiável.
- (E) A utilização de linguagem técnica para demonstrar superioridade acadêmica sobre o leitor.

Questão 48. Considerando que, no universo das redes sociais, tempo de permanência na página e taxa de rejeição são sinais claros para os algoritmos sobre a relevância e a qualidade do seu conteúdo. Para melhorar o tempo de permanência (*dwel time*) em um artigo, o produtor de conteúdo deve:

- (A) Criar títulos falsos que não condizem com o conteúdo da página.
- (B) Adicionar pop-ups de publicidade que impeçam o fechamento da janela.
- (C) Utilizar uma introdução magnética, intertítulos bem estruturados e mídias complementares (vídeos e imagens).
- (D) Bloquear a barra de rolagem do navegador para forçar o usuário a ficar na página.
- (E) Remover todos os links internos para que o usuário não tenha para onde sair.

Questão 49. O fenômeno da cibercultura não se restringe à mera digitalização da informação, mas representa a emergência de um novo ecossistema comunicacional e social. Conforme a perspectiva de que a técnica não é neutra, mas um vetor de transformação da subjetividade humana e das relações de poder, a cibercultura deve ser entendida como:

- (A) Uma ruptura total e absoluta com as estruturas da sociedade industrial.
- (B) Um fenômeno puramente tecnológico, desvinculado de antagonismos sociais.
- (C) Uma formação histórica que dá continuidade ao processo de informatização da era mecanicista.
- (D) O fim dos conflitos humanos por meio da harmonização digital.
- (E) Uma criação espontânea do século XXI sem raízes no pensamento moderno.

Questão 50. Leia o texto abaixo:

O copywriting é a arte de transformar palavras em lucro. As pessoas compram pela emoção e justificam pela lógica. O bom copywriter toca na ferida do cliente para oferecer a cura.

Com base nesse contexto, qual elemento é indispensável em uma *copy* (texto persuasivo) de alta conversão?

- (A) O uso de voz passiva para tornar o texto mais formal e distante.
- (B) A descrição técnica exaustiva de todas as peças de um motor antes de falar do benefício do carro.
- (C) A identificação de um desejo específico do público e a apresentação do produto como solução.
- (D) A ausência de qualquer preço ou oferta para não parecer que está vendendo algo.
- (E) O uso de parágrafos extensos sem nenhuma quebra visual para manter a seriedade.

Questão 51. No paradigma do Marketing 3.0, a orientação estratégica centrada no ser humano (*humancentric marketing*) pressupõe uma transição da visão do consumidor como mero comprador para a visão do indivíduo como ser pleno. Sob essa perspectiva, é CORRETO afirmar que as organizações devem:

- (A) Maximizar o lucro a curto prazo, independentemente do impacto ambiental ou social.
- (B) Adotar o marketing de causas como ferramenta estética de relações públicas.
- (C) Segmentar o mercado baseando-se estritamente em dados demográficos como idade e renda.
- (D) Integrar a responsabilidade socioambiental ao núcleo do modelo de negócio e à missão da marca.
- (E) Ignorar as comunidades locais e focar apenas na satisfação individual do comprador final.

Questão 52. No debate sobre a evolução das sociedades contemporâneas, a relação entre o corpo social e o desenvolvimento tecnológico é marcada por uma interdependência mútua. Em relação a isso, assinale a alternativa que descreve CORRETAMENTE essa dinâmica é:

- (A) A tecnologia é uma força externa e autônoma que dita o destino das instituições sociais independentemente da cultura local.
- (B) O Estado e as instituições são irrelevantes diante do avanço técnico, uma vez que a rede opera em um vácuo político.
- (C) A tecnologia é um sistema de ferramentas neutras que apenas acelera processos industriais antigos sem alterar a lógica social.
- (D) A tecnologia é uma expressão da sociedade, e a forma como se organiza reflete as necessidades, valores e interesses dos atores sociais que a utilizam.
- (E) A inovação tecnológica ocorre apenas por acaso científico, sem nenhuma correlação com o contexto histórico ou econômico do capitalismo.

Questão 53. No âmbito da Assessoria de Imprensa contemporânea, o mailing deixa de ser compreendido como uma simples base de dados de contatos para consolidar-se como um ativo estratégico da organização. Sobre a gestão qualificada desse recurso, é CORRETO afirmar que:

- (A) O mailing deve ser o mais volumoso possível para garantir a "lei das probabilidades" no envio de releases.
- (B) A eficácia de um mailing reside na sua perenidade, evitando alterações para manter o histórico de envios.
- (C) A segmentação e a atualização constante são critérios de qualidade que evitam o descarte da informação pelo jornalista.
- (D) O mailing institucional deve ser compartilhado abertamente com a concorrência para fortalecer o setor.
- (E) É uma ferramenta de via única, onde o feedback dos contatos não deve influenciar a base de dados.

Questão 54. SEO (*Search Engine Optimization*) é o conjunto de estratégias e técnicas aplicadas para melhorar o posicionamento de um site nos resultados orgânicos (não pagos) de buscadores. Com base nessa premissa, a estratégia mais eficaz de SEO, atualmente, é:

- (A) Inserir a palavra-chave o máximo de vezes possível, mesmo que o texto perca o sentido.
- (B) Criar conteúdos que resolvam o problema central do usuário para o qual a palavra-chave foi pesquisada.
- (C) Utilizar apenas termos genéricos e amplos para atrair qualquer tipo de tráfego.
- (D) Priorizar o uso de termos técnicos complexos para aumentar a autoridade percebida pelos robôs de busca.
- (E) Escrever textos curtos (menos de 200 palavras) para garantir uma leitura rápida.

Questão 55. A Constituição Federal de 1988, ao tratar da Comunicação Social (arts. 220 a 224), estabelece um arcabouço jurídico que busca conciliar a liberdade de manifestação do pensamento com a proteção do interesse público e da soberania nacional. Diante das normas que regulam a exploração dos serviços de radiodifusão e a organização do setor, a constituição estabelece que:

- (A) A publicação de veículo impresso de comunicação depende de licença prévia do governo federal.
- (B) É permitida a censura de natureza política, ideológica e artística em programas de rádio.
- (C) A propriedade de empresas de radiodifusão é permitida a qualquer cidadão estrangeiro sem restrições.
- (D) A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto na Constituição.
- (E) Os meios de comunicação social não têm obrigatoriedade de dar prioridade a conteúdos educativos.

Questão 56. O *clipping* evoluiu do monitoramento de recortes de jornal para a análise de dados complexos. Sua importância estratégica para o Marketing Institucional reside em:

- (A) Garantir que a empresa apareça apenas em notícias positivas, censurando as negativas.
- (B) Servir como prova de que a assessoria de imprensa enviou muitos e-mails no mês.
- (C) Permitir a mensuração da presença da marca e a identificação de possíveis crises de imagem em tempo real.
- (D) Substituir a necessidade de pesquisas de mercado com o público consumidor.
- (E) Automatizar a resposta às críticas, eliminando a necessidade de análise humana.

Questão 57. O leitor da Web não lê; ele escaneia. A produção de conteúdo para interfaces digitais exige uma transição da escrita puramente literária para uma escrita funcional e estruturada. Com base nessa premissa, a principal estratégia para aumentar a usabilidade de um texto para web é:

- (A) Utilizar parágrafos longos e densos para transmitir o máximo de autoridade possível.
- (B) Evitar o uso de intertítulos para não interromper o fluxo narrativo do leitor.
- (C) Fragmentar o conteúdo em tópicos e destacar palavras-chave em negrito para guiar o olhar do usuário.
- (D) Escrever textos em ordem cronológica reversa, deixando a conclusão para o final da página.
- (E) Utilizar exclusivamente letras maiúsculas para garantir que a mensagem seja visualizada.

Questão 58. Na sistemática da Assessoria de Imprensa, a construção de um *Mailing List* qualificado deixa de ser uma tarefa meramente administrativa para tornar-se um processo de inteligência em comunicação dirigida. Considerando a importância de estabelecer vínculos de credibilidade e utilidade mútua entre a organização e os *gatekeepers*, a gestão estratégica dessa ferramenta pressupõe:

- (A) O envio indiscriminado de informações para todas as editorias de um veículo.
- (B) A inclusão exclusiva de diretores de redação, ignorando repórteres e produtores.
- (C) A identificação do perfil de interesse de cada jornalista, alinhando a pauta à linha editorial do veículo.
- (D) A priorização de contatos pessoais em detrimento do interesse público da notícia.
- (E) O uso de bancos de dados comprados de terceiros para garantir a abrangência nacional.

Questão 59. No ecossistema da comunicação digital e da produção audiovisual para redes sociais, a Narrativa Transmídia (*Transmedia Storytelling*) consolidou-se como uma estratégia fundamental para o engajamento de comunidades. À luz da cultura da convergência, esse conceito caracteriza-se por:

- (A) Repetir exatamente o mesmo vídeo em todas as plataformas sem qualquer adaptação.
- (B) A conversão de arquivos de vídeo antigos para formatos digitais modernos.
- (C) O uso de legendas em apenas um idioma para facilitar a compreensão global.
- (D) Uma narrativa que se desenrola através de múltiplas plataformas de mídia, com cada meio contribuindo de forma única para a história.
- (E) A transmissão de rádio via internet sem o uso de imagens ou vídeos.

Questão 60. Na análise das transformações sociotecnológicas da Era da Informação, o conceito de "Cultura da Virtualidade Real" descreve uma configuração social onde a comunicação mediada por computadores altera a percepção da existência. Sobre esse sistema, é CORRETO afirmar:

- (A) É um ambiente onde o mundo real e o mundo virtual são opostos e nunca se encontram.
- (B) Refere-se apenas ao uso de óculos de realidade virtual para entretenimento e jogos eletrônicos.
- (C) Trata-se de uma fuga da realidade onde as pessoas vivem apenas em simulações digitais sem impacto na vida física.
- (D) É um sistema de comunicação em que a própria realidade é organizada por meios de comunicação de massa interativos, onde a experiência simbólica é a própria realidade.
- (E) É uma fase passageira da sociedade que desaparecerá quando as pessoas retornarem aos meios de comunicação tradicionais.

Questão 61. Na dinâmica das relações com a mídia, o *Press-Release* atua como um subsídio informativo fundamental para a mediação entre as organizações e a imprensa. Sob a perspectiva da eficácia tática da assessoria de imprensa, o emprego desse instrumento deve visar primordialmente:

- (A) Comprar espaço publicitário em jornais para divulgar promoções de vendas.
- (B) Sugerir uma pauta ou informar sobre um fato relevante da organização, visando a obtenção de mídia espontânea.
- (C) Criticar a atuação de concorrentes de forma anônima nos meios digitais.
- (D) Substituir o contrato de trabalho de jornalistas profissionais dentro das redações.
- (E) Divulgar apenas informações sigilosas destinadas exclusivamente aos acionistas.

Questão 62. Na arquitetura do Marketing de Conteúdo contemporâneo, a transição da atenção para a ação define a eficácia da presença digital de uma marca. Superando o foco em métricas de vaidade, como o tráfego isolado, a produção de conteúdo estratégico deve atuar como um catalisador na jornada de compra. Dessa forma, temos que, para que um conteúdo cumpra sua função lógica e direcione o usuário a um próximo estágio de relacionamento, ele deve obrigatoriamente integrar:

- (A) Um design complexo que distraia o leitor da mensagem principal.
- (B) Links para sites concorrentes a fim de demonstrar imparcialidade.
- (C) Um *Call to Action* (CTA) claro, orientando o leitor sobre o que fazer após o consumo do conteúdo.
- (D) Uma proibição de compartilhamento em redes sociais para manter a exclusividade.
- (E) Ocultação de data de publicação para que o texto pareça sempre novo.

Questão 63. Sobre a jornada do cliente, um profissional descreve a função do conteúdo em cada etapa: No topo do funil, o objetivo é a descoberta; no meio, a consideração; e no fundo, a decisão. Com base nisso, assinale a alternativa que descreve CORRETAMENTE um conteúdo de fundo de funil.

- (A) Um post de blog genérico explicando "O que é marketing digital?".
- (B) Um infográfico sobre as tendências do mercado de tecnologia para os próximos 10 anos.
- (C) Um estudo de caso detalhado demonstrando como o produto X resolveu o problema do cliente Y.
- (D) Uma notícia sobre o feriado nacional e seu impacto no comércio local.
- (E) Um quiz recreativo para identificar o perfil de personalidade do usuário.

Questão 64. A cibercultura pode ser entendida como uma formação histórica de cunho prático e cotidiano, cujas linhas de força e rápida expansão, baseadas nas redes telemáticas, estão criando um campo de interrogação intelectual pujante. Em relação a essa temática o “campo de interrogação intelectual” mencionado refere-se à:

- (A) Aceitação passiva de todas as inovações tecnológicas.
- (B) Inutilidade da filosofia diante da velocidade da rede.
- (C) Necessidade de analisar criticamente as forças e impactos da expansão telemática.
- (D) Extinção das ciências humanas em favor das ciências exatas.
- (E) Certeza de que a rede trará a solução para todos os dilemas intelectuais.

Questão 65. No ecossistema da comunicação digital, a retenção do interesse do usuário nos instantes iniciais de interação é determinante para o sucesso de uma redação estratégica. Ao configurar um *lead* pautado pelo gatilho da curiosidade, o objetivo do produtor de conteúdo é:

- (A) Revelar o preço do produto logo na primeira linha do texto.
- (B) Explicar detalhadamente a história da fundação da empresa no século passado.
- (C) Apresentar um fato inusitado ou um “segredo” que será revelado ao longo da leitura.
- (D) Listar os certificados de pós-graduação do autor do texto.
- (E) Pedir ao usuário que se cadastre em um newsletter antes mesmo de ler o título.

Questão 66. A prova social é o gatilho mais poderoso para reduzir a ansiedade da compra. Quando vemos outros fazendo algo, sentimos que é seguro seguir o mesmo caminho. Acerca disso, como devemos aplicar o gatilho da Prova Social em uma página de vendas?

- (A) Colocando um selo de “site seguro” no rodapé da página.
- (B) Escrevendo o texto em primeira pessoa do plural (nós) para parecer uma empresa grande.
- (C) Exibindo depoimentos reais de clientes satisfeitos e números de pessoas que já usam o serviço.
- (D) Usando fotos de bancos de imagem com modelos fingindo ser funcionários.
- (E) Afirmando que o produto é “o melhor do mundo” sem apresentar evidências.

Questão 67. Na gestão do relacionamento entre organizações e meios de comunicação, a convocação de uma “Coletiva de Imprensa” constitui uma decisão tática de alta visibilidade. Esse recurso deve ser utilizado quando:

- (A) O assessor quer apenas dialogar com os jornalistas amigos.
- (B) Existe um fato de grande relevância e interesse público que exige explicações detalhadas simultâneas para vários veículos.
- (C) A empresa quer divulgar o cardápio da festa de fim de ano dos funcionários.
- (D) Não há nenhuma notícia relevante, mas a empresa quer aparecer na TV.
- (E) Um novo estagiário é contratado para o setor de almoxarifado.

Questão 68. No gerenciamento estratégico de marcas, a distinção entre as abordagens de Marketing de Produto e Marketing Institucional reside na natureza do objeto de valor comunicado. O Marketing Institucional diferencia-se do Marketing de Produto por focar:

- (A) Na venda imediata de estoques parados através de promoções de preço.
- (B) Na construção da identidade, dos valores e da reputação da organização perante seus diversos stakeholders.
- (C) Apenas no público interno, ignorando clientes e acionistas.
- (D) No uso de logotipos coloridos para atrair a atenção do público infantil.
- (E) Na redução de custos de produção através da automação industrial.

Questão 69. Na logística de atendimento à mídia, o *press-kit* consolida-se como um recurso de apoio fundamental para a construção da narrativa jornalística. Para que esse conjunto de materiais cumpra sua função técnica de subsídio ao trabalho do repórter e do editor, ele deve:

- (A) Conter o máximo de brindes luxuosos para induzir uma cobertura positiva.
- (B) Fornecer informações subsidiárias, dados estatísticos e imagens em alta resolução que facilitem a produção da matéria.
- (C) Ser composto exclusivamente por textos publicitários e slogans da empresa.
- (D) Ser enviado sem o contato do assessor para não parecer pressão comercial.
- (E) Limitar-se a um único texto curto, sem dados complementares, para não cansar o leitor.

Questão 70. No âmbito da convergência digital, o uso de *press-kits* interativos e *social media newsrooms* reflete uma mudança no relacionamento com a imprensa. Nesse sentido, a tendência contemporânea desse instrumento está relacionada com:

- (A) O fim da necessidade de textos, focando apenas em vídeos curtos e sem áudio.
- (B) A restrição de acesso por senhas complexas para garantir o sigilo da informação.
- (C) A disponibilização de conteúdo multimídia hiperlinkado, facilitando o compartilhamento e a edição pelo profissional de mídia.
- (D) O envio de arquivos pesados que lotam a caixa de entrada do jornalista para garantir visibilidade.
- (E) A substituição total do papel, mesmo em eventos presenciais onde a conectividade é instável.

PROVA DISCURSIVA

Leia o enunciado e responda as questões a seguir, observando-se o mínimo de 05 (cinco) e o máximo de 10 (dez) linhas para cada uma delas, fazendo correto uso do padrão culto da Língua Portuguesa. Não esqueça de transcrever as suas respostas para a **Folha Definitiva da Prova Discursiva**, pois a Folha Rascunho **NÃO** será considerada para correção.

A Agência de Fomento "E", sociedade de economia mista vinculada ao Estado "R", oferta linhas de microcrédito focadas no desenvolvimento de microempreendedores locais. Apesar de oferecerem as menores taxas de juros do setor, a instituição têm registrado uma perda de participação de mercado para novas *fintechs* (*startups* financeiras). Uma recente pesquisa de mercado revelou que a Agência possui alta vulnerabilidade competitiva, pois adota uma atuação de marketing voltada apenas para o produto (crédito padronizado) e para o marketing de massa. Para reverter o cenário e estancar a evasão da carteira, a Diretoria determinou uma reestruturação baseada em um pensamento de marketing com foco na criação de valor para o cliente, na definição de nichos rentáveis e no estabelecimento de parcerias de longo prazo.

À luz da situação hipotética narrada e dos fundamentos aplicados ao marketing e à comunicação social, responda de forma justificada às questões discursivas a seguir:

Questão 01. Como a Agência deve aplicar estruturalmente os processos de segmentação de mercado e de posicionamento estratégico para reverter a atual vulnerabilidade frente às *fintechs* e gerar valor superior ao cliente?

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Questão 02. Defina o conceito de marketing de relacionamento e demonstre como a incorporação de novas tendências de mercado (como o marketing *one-to-one* e ferramentas de CRM) pode viabilizar a fidelização dos microempreendedores no cenário hipotético descrito.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	