

ANALISTA DE TV
ASSESSORIA DE MARKETING
Código 208**LEIA COM ATENÇÃO AS SEGUINTE INSTRUÇÕES**

1 - Este caderno contém as questões da **PROVA OBJETIVA** e a **PROVA DISSERTATIVA**.

2 - Ao receber a **Folha de Respostas da PROVA OBJETIVA**:

- confira seu nome, número de inscrição e o cargo;
- assinie, **A TINTA**, no espaço próprio indicado.

ATENÇÃO:
FOLHA DE RESPOSTA SEM ASSINATURA NÃO TEM VALIDADE.

3 - Ao transferir as respostas para a **Folha de Respostas**:

01 A B C D

02 A B C D

03 A B C D

04 A B C D

- use apenas caneta esferográfica azul ou preta;
- preencha, sem forçar o papel, toda a área reservada à letra correspondente à resposta solicitada em cada questão;
- assinale somente **uma** alternativa em cada questão. Sua resposta **NÃO** será computada se houver marcação de mais de uma alternativa, questões não assinaladas ou questões rasuradas.

4 - Ao receber o **Caderno da PROVA DISSERTATIVA**:

- preencha seu nome, número de inscrição e identidade;
- assinie, **A TINTA**, no espaço próprio indicado;
- transcreva o rascunho de sua redação, caso haja.

NÃO DEIXE NENHUMA QUESTÃO SEM RESPOSTA.

A **Folha de Resposta da PROVA OBJETIVA** e o **Caderno da PROVA DISSERTATIVA** não devem ser dobrados, amassados ou rasurados.

CUIDE BEM DELES. ELES SÃO A SUA PROVA.

O tempo de duração das provas abrange a assinatura da **Folha de Respostas**, a transcrição das respostas do **Caderno de Questões da PROVA OBJETIVA** para a **Folha de Respostas**, [...] do rascunho da **PROVA DISSERTATIVA** para o **Caderno da PROVA DISSERTATIVA** (subitem 5.4.4).

ATENÇÃO - Nos termos do Edital nº 03/2013, "Poderá ainda ser eliminado o candidato que [...]: **portar arma(s)** no local de realização das provas [...]; **portar**, mesmo que desligados [...] **quaisquer equipamentos eletrônicos** [...] ou de **instrumentos de comunicação** interna ou externa, tais como **telefone celular** [...] entre **outros**:[...]" (subitem 9.3.39, alíneas "d", "e")

DURAÇÃO MÁXIMA DA PROVA: CINCO HORAS

Data: ____/____/____

ATENÇÃO

Sr.(a) Candidato(a).

Antes de começar a fazer a prova, confira se este caderno contém, ao todo, **50 (cinquenta) questões objetivas** — cada uma constituída de **4 (quatro) alternativas** — assim distribuídas: **10 (dez) questões de Português, 10 (dez) questões de Atualidades, 5 (cinco) questões de Raciocínio Lógico, 25 (vinte e cinco) questões de Conhecimentos Específicos e o tema da Prova Dissertativa**, todas perfeitamente legíveis.

Havendo algum problema, informe ***imediatamente*** ao aplicador de provas para que ele tome as providências necessárias.

Caso V.Sa. não observe essa recomendação, ***não lhe caberá qualquer reclamação ou recurso posteriores.***

INSTRUÇÕES - As questões de **1** a **8** dizem respeito ao **TEXTO 1**.
Leia-o atentamente antes de respondê-las.

Sobreveio a seca de 1898. Só se vendo como que o céu se conflagrara e pegara fogo no sertão funesto.

Os raios de sol pareciam labaredas soltas ateando a combustão total. Um painel infernal. Um incêndio estranho que ardia de cima para baixo. Nuvens vermelhas como chamas que voassem. Uma ironia de ouro sobre azul.

O sol que é para dar o beijo de fecundidade dava um beijo de morte longo, cáustico, como um cautério monstruoso.

A poeira levantava e parecia ouro em pó.

Os ocasos congestos entravam pelas trevas em nódoas sanguíneas. Sombras fervidas, como um cinzeiro em brasas. Noites tostadas.

Um derrame de luz exaltada que parecia o sol fulminante derretido nos seus ardores.

Ventava. Não era o vento pontual da boca da noite todo sujo de pó como uma criança traquina. Era um sopro do inferno que, alteando-se, parecia querer rasgar as nuvens para acender a fogueira.

A flora desfalecia.

Durante um ano a fio, uma gota d'água que fosse não refrescara a queimadura dos campos.

Depois, não se via um pássaro: só voavam muito alto as folhas secas. Bem. Um passarinho estava sob a última folha da umburana, como debaixo de um guarda-sol. Caiu a folha e o passarinho abriu o bico e também caiu, com as asas abertas.

O panasco pulverizara-se; girava com a poeira chamejante.

Até onde dava a vista se achatava a paisagem cinérea. A desolação da mesma cor.

A capoeira esquelética levantava os garranchos, como dedos crispados. E dançava, à força, nessa tragédia, como o bochorno feroso.

A caatinga formava um aranhol.

Como era feia a natureza resseca na sua nudez de pau e pedra!

Os rebanhos aflitos prostravam-se no chão esbraseado.

Valentim exprimiu todo esse horror canicular:

- Era uma calma! O céu branco, como um espelho, não se mexia; o mato parecia de chumbo, quieto. Como quem suspende o fol'go.

Um calorão, como se as profundas estivessem à flor da terra.

Vocabulário

Conflagrar: abrasar, incendiar.

Funesto: mortal, de mau agouro, que produz tristeza.

Cáustico: que queima.

Cautério: cicatriz de queimadura.

Ocaso: pôr-do-sol.

Congesto: congestionado, afogueado.

Umburana: pequena árvore da caatinga, muito esgalhada, com flores pequenas e fruto comestível, quando maduro.

Panasco: certa zona da vegetação entre a região do agreste e a da caatinga.

Cinérea: cinzenta.

Bochorno: ar abafadiço, vento quente.

Aranhol: emaranhado.

Canicular: forte calor atmosférico, quente.

Questão 1

Com base no modo de composição desse texto, é **CORRETO** afirmar que ele é, predominantemente,

- A) descritivo.
- B) dissertativo.
- C) narrativo.
- D) opinativo.

Questão 2

Com base na linguagem utilizada no texto, é **CORRETO** afirmar que o autor

- A) emprega linguagem simples, clara, atual e desprovida de regionalismos.
- B) enumera aspectos da seca de modo subjetivo, usando linguagem sugestiva.
- C) escolhe vocabulário que evidencia o dinamismo do tempo, durante a seca.
- D) evita o estabelecimento de associações inusitadas e o uso de metáforas.

Questão 3

Leia estes fragmentos do texto.

- I. Só se vendo como que o céu se conflagrara e pegara fogo no sertão funesto.
- II. Nuvens vermelhas como chamas que voassem.
- III. O sol [...] dava um beijo de morte longo, cáustico, como um cautério monstruoso.
- IV. Sombras fervidas, como um cinzeiro em brasas. Noites tostadas.
- V. O céu branco, como um espelho, não se mexia; o mato parecia de chumbo, quieto.

São comparações, os trechos sublinhados em

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

Questão 4

Leia este trecho do texto.

Os raios de sol pareciam labaredas soltas ateando a combustão total. Um painel infernal. Um incêndio estranho que ardia de cima para baixo. Nuvens vermelhas como chamas que voassem.

Considerando o conceito de adjetivo - proposto por Cipro Neto e Ulisses Infante - como “palavra que caracteriza o substantivo, atribuindo-lhe qualidades (ou defeitos) e modos de ser, ou indicando-lhe o aspecto ou o estado”, são classificadas como adjetivos as palavras desse trecho, **EXCETO**:

- A) Raios.
- B) Infernal.
- C) Estranho.
- D) Vermelhas.

Questão 5

Assinale a alternativa em que o verbo sublinhado está conjugado no pretérito mais-que-perfeito do indicativo.

- A) A poeira levantava e parecia ouro em pó.
- B) O panasco pulverizara-se; girava com a poeira chamejante.
- C) Os ocasos congestos entram pelas trevas em nódoas sanguíneas.
- D) Valentim expressiu todo esse horror canicular

Questão 6

Nas alternativas abaixo, encontram-se períodos simples, em que há verbo explícito na oração – **EXCETO** em:

- A) Sobreveio a seca.
- B) Noites tostadas.
- C) A flora desfalecia.
- D) Era uma calma!

Questão 7

Leia estes fragmentos do texto:

- I. Era um sopro do inferno que, alteando-se, parecia querer rasgar as nuvens para acender a fogueira.
- II. Durante um ano a fio, uma gota d'água que fosse não refrescara a queimadura dos campos.
- III. Depois, não se via um pássaro: só voavam muito alto as folhas secas.

A vírgula foi empregada para separar um advérbio, a fim de realçá-lo, nos trechos:

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

Questão 8

Assinale a alternativa em que o termo sublinhado **NÃO** é sujeito da oração.

- A) Os ocasos congestos entravam pelas trevas em nódoas sanguíneas.
- B) Caiu a folha e o passarinho abriu o bico e também caiu [...].
- C) A caatinga formava um aranhol.
- D) Como era feia a natureza resseca na sua nudez de pau e pedra!

Questão 9

Assinale a alternativa em que deve ser empregado o acento indicador de crase.

- A) Tenho um fogão a gás que não funciona mais.
- B) A pesquisa não se refere a mulheres casadas.
- C) Ficou cara a cara com o bandido e não reagiu.
- D) A comissária chegou a terra de seus parentes.

Questão 10

Assinale a alternativa em que o verbo pode ficar no singular ou no plural.

- A) A maioria dos jornalistas aprovou/aprovaram a ideia.
- B) Cerca de mil pessoas participou/participaram da manifestação.
- C) Mais de dois deputados se ofendeu/ofenderam na tumultuada sessão.
- D) Vinte e cinco por cento do orçamento do país deve/devem destinar-se à Educação.

Atualidades - (História da TV Brasileira e Direitos Humanos)

Questão 11

Analise as seguintes afirmativas sobre o conceito de qualidade tal como discutido por Arlindo Machado no texto *Modos de pensar a televisão* e assinale com **V** as **verdadeiras** e com **F** as **falsas**.

- () A qualidade da televisão diz respeito estritamente à capacidade de utilização dos recursos técnicos e expressivos.
- () Qualidade deixou de ser um conceito relevante para se pensar sobre os produtos e processos televisuais por ser excessivamente relativo.
- () A crítica, enquanto avaliação e julgamento permanente, é parte constituinte do processo de fazer televisão.
- () A qualidade da televisão também está relacionada à capacidade de detectar e corresponder às demandas da audiência.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

- A) F V V V.
- B) V F V F.
- C) F F V V.
- D) F V F V.

Questão 12

Em relação às mudanças na experiência de assistir a televisão provocadas pela internet, pela conexão móvel e pelo fenômeno da convergência, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) As novas possibilidades tecnológicas e o uso proveniente delas vêm transformando, tanto os modos de ver TV, quanto a produção do conteúdo televisivo.
- B) Antes considerado um hábito doméstico, assistir televisão se tornou uma atividade possível em diversos outros lugares e situações graças aos dispositivos móveis.
- C) O cenário de transformação da espectralidade televisiva sugere uma valorização dos consumidores ativos, capazes de avaliar, reproduzir e produzir conteúdos simultânea e imediatamente.
- D) Assistir a televisão deixou de ser uma experiência dividida com amigos, familiares e vizinhos, o que vem reforçando a individualidade e apagando as formas de engajamento social.

Questão 13

De acordo com S. Mattos, em seu livro intitulado *História da Televisão Brasileira*, é possível dividir a trajetória desse meio de comunicação em fases para que obtenhamos um perfil da evolução histórica da TV no País.

Relacione algumas dessas fases apresentadas na **COLUNA I** com os aspectos que as retratam na **COLUNA II**.

COLUNA I	COLUNA II
1. Fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985).	() “Devido à aprovação da Lei nº 8.977, que trata da regulamentação da TV a cabo, esperava-se que, até o final da década de 1990, a importância e a influência hegemônicas da TV convencional (TV aberta), tal como a conhecemos hoje, diminuiria” (MATTOS, 2010, p. 134).
2. Fase da transição e da expansão internacional (1985-1990).	() “Todos esses avanços tecnológicos, somados à decisão do governo de dotar o País da infraestrutura capaz de acompanhar o desenvolvimento do segmento mundial [...], deixavam antever que, durante a primeira década do terceiro milênio, o Brasil teria uma televisão de alta qualidade quanto ao som e à imagem” (MATTOS, 2010, p. 167).
3. Fase da globalização e da TV paga (1990-2000).	() “Ao criar facilidades nas telecomunicações, tais como as redes de micro-ondas, o cabo coaxial, os satélites e a televisão a cor, o regime militar brasileiro contribuiu para o desenvolvimento tecnológico da televisão, utilizando-a para promover os ideais do regime” (MATTOS, 2010, p. 122).
4. Fase da convergência e da qualidade digital (2000-2010).	() “Pela primeira vez na história brasileira, foi possível acompanhar todo o processo eleitoral e os debates entre os candidatos, transmitidos ao vivo pela televisão. A manipulação das peças publicitárias e da edição dos debates na TV foi também objeto de inúmeros estudos acadêmicos [...]” (MATTOS, 2010, p. 129).

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

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

Questão 14

Leia com atenção o excerto a seguir retirado do texto *Cinema e televisão no contexto da transmediação* (publicado no livro *História da televisão no Brasil*).

“[...] se no cenário da TV aberta comercial brasileira a parceria entre cinema e televisão permanece praticamente restrita à TV Globo, na primeira década do novo século, a televisão pública protagonizou uma experiência que, embora esteja ancorada, sobretudo, nos investimentos governamentais, vem dando frutos animadores num realinhamento das forças produtivas do audiovisual nacional: o lançamento, em 2003, pelo Ministério da Cultura do DOC TV” (FECHINE; FIGUERÔA, 2010, p. 302).

Sobre o DOC TV, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) O programa refletiu a política de comunicação do governo federal no sentido de aproximar o Estado da produção de documentários audiovisuais no sentido de fomentar a retratação de identidades culturais do País e da imagem do homem brasileiro comum nessas obras.
- B) O DOC TV se tornou modelo de política pública para o setor cultural, sinalizando para a inevitável aproximação entre a televisão e o cinema brasileiro diante da tendência à transmediação nos padrões de produção audiovisual e de consumo dos espectadores.
- C) O objetivo do DOC TV é, principalmente, estimular a produção independente de documentários orientados estritamente pelo modelo estético dos esquemas de reportagens dos telejornais, primando pelo didatismo, pela imparcialidade e pela diversidade temática.
- D) A expansão da atuação da Globo Filmes, no âmbito da TV comercial, e o lançamento do DOC TV, na TV pública, são dois marcos na história recente da televisão brasileira, sendo ambos lastreados pela ideia de defesa do conteúdo nacional na paisagem do audiovisual brasileiro.

Questão 15

Em setembro de 2013, o SBT anunciou, como estratégia ante os baixos índices de audiência, o retorno do programa *Aqui Agora*, programa jornalístico originalmente exibido pela TV Tupi, em 1979, e recriado pelo SBT, em 1991, onde foi exibido até 1997. O relançamento do programa foi cancelado, mas a notícia reacendeu discussões sobre a qualidade da programação televisiva atual. Mesmo tendo sido acusado naquela época de ser sensacionalista e de explorar dramas individuais, o *Aqui Agora* fez o SBT subir de dez para vinte pontos de audiência no Ibope, ameaçando diretamente a Rede Globo.

Sobre o contexto de emergência do programa *Aqui Agora* no SBT, na década de 1990, e com base no texto *A volta do "jornalismo cão" na TV* do livro *História da televisão no Brasil* (2010), é **CORRETO** afirmar que

- A) o Brasil ainda vivia as consequências da transição democrática e, com o fim da censura, os programas populares voltaram à TV.
- B) a televisão brasileira estava em fase de desenvolvimento e modernização, sendo o *Aqui Agora* um exemplo dessa profissionalização.
- C) a expansão da televisão e a convergência digital contribuíram para o acirramento da concorrência entre as emissoras.
- D) o surgimento e o fim do *Aqui Agora* fecharam o ciclo em que se fez presente na TV brasileira o chamado *jornalismo cão*.

Questão 16

Sobre a evolução histórica dos direitos humanos fundamentais, assinale a alternativa **CORRETA**.

- A) Diante da prevalência do Absolutismo, que garantia ao monarca poderes ilimitados, os direitos humanos não foram reconhecidos na Idade Média.
- B) Notabilizou-se o *Habeas Corpus Act*, do sec. XVII, por prever que ninguém seria obrigado a pagar qualquer taxa ou imposto, sem o consentimento de todos, manifestado por ato do parlamento.
- C) A Declaração de Independência dos Estados Unidos da América, produzido essencialmente por Thomas Jefferson, teve como tônica dominante a limitação do poder do Estado.
- D) Não obstante a importância do constitucionalismo americano, a consagração normativa e a internacionalização dos direitos humanos só se deram no século XIX, com a Declaração de Direitos da Constituição Francesa, em 1849.

Questão 17

Analise os fundamentos apresentados na **COLUNA I** correlacionando com as teorias que buscam dar fundamento aos direitos humanos apresentadas na **COLUNA II**.

COLUNA I

COLUNA II

1. Fundamenta os direitos humanos a partir do reconhecimento de uma ordem unilateral, superior, imutável e inderrogável, garantida a todos os seres humanos. () Teoria Moralista.
2. Fundamenta os direitos humanos a partir da ordem jurídica normativa que traduz legítima manifestação da soberania popular. () Teoria Positivista.
3. Fundamenta os direitos humanos na experiência de um determinado povo que levaria à formação de uma consciência social própria. () Teoria Jusnaturalista.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

- A) 1 2 3.
- B) 2 1 3.
- C) 2 3 1.
- D) 3 2 1.

Questão 18

Sobre a previsão dos direitos fundamentais na Constituição Brasileira de 1988, assinale a alternativa **CORRETA**.

- A) Os direitos políticos previstos na Constituição não se inserem entre os direitos fundamentais.
- B) Os direitos e garantias previstos na Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou de tratados internacionais em que a República Brasileira seja parte.
- C) São destinatários dos direitos fundamentais apenas as pessoas físicas brasileiras ou estrangeiras residentes no território nacional.
- D) Tendo eficácia imediata, a aplicabilidade dos direitos fundamentais não depende de legislação posterior.

Questão 19

Segundo o Art. 3º do Estatuto do Idoso, é obrigação da família, da comunidade e da sociedade assegurar ao idoso, com absoluta prioridade, a efetivação do direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, a cidadania, à liberdade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária.

NÃO está compreendida nessa garantia de prioridade

- A) a destinação privilegiada de recursos públicos nas áreas relacionadas com a proteção.
- B) a viabilização de formas alternativas de participação, ocupação e convívio do idoso com as demais gerações.
- C) o estabelecimento de mecanismos que favoreçam a divulgação de informações de caráter educativo sobre os aspectos biopsicossociais do envelhecimento.
- D) o fomento de intercâmbio com países cuja cultura tenha como traço marcante a valorização e o respeito pelos idosos.

Questão 20

O Conselho Tutelar é, segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente, órgão permanente e autônomo encarregado pela sociedade de zelar pelo cumprimento dos direitos da criança e do adolescente.

NÃO se inclui entre os requisitos para se candidatar a membro do Conselho Tutelar

- A) a condição de pai ou mãe natural ou adotivo.
- B) idade superior a 21 anos.
- C) reconhecida idoneidade moral.
- D) residir no município do Conselho Tutelar.

Raciocínio Lógico

Questão 21

Em uma pesquisa de mercado foram consultadas várias pessoas acerca de suas preferências em relação a três marcas de sabonetes. Os resultados colhidos estão na tabela abaixo.

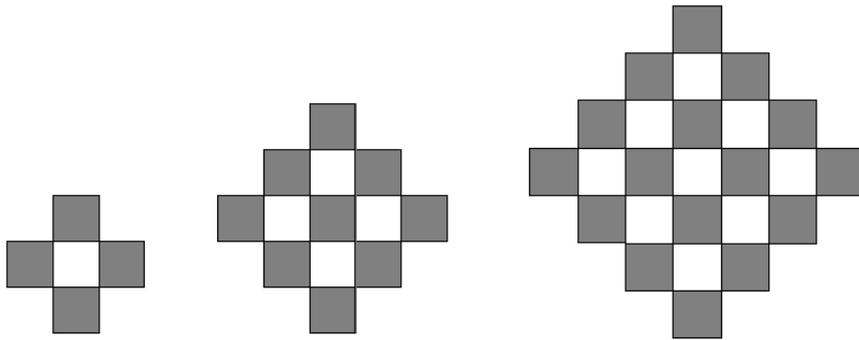
Marca	Número de Consumidores
A	105
B	200
C	160
A e B	25
B e C	40
A e C	25
A, B e C	5
NENHUMA DAS 3	120

O número de pessoas consultadas foi

- A) 100.
- B) 120.
- C) 140.
- D) 500.

Questão 22

Observe a sequência.



Seguindo esse mesmo padrão de cestaria, quantos quadradinhos brancos terá a 4ª figura?

- A) 9.
- B) 16.
- C) 25.
- D) 36.

Questão 23

Observe as multiplicações a seguir.

$$\begin{aligned}101 \times 11 &= 1111 \\101 \times 111 &= 11211 \\101 \times 1111 &= 112211 \\101 \times 11111 &= 1122211\end{aligned}$$

Qual será o resultado do produto 101×1111111 ?

- A) 11222211.
- B) 112222211.
- C) 1122222211.
- D) 11222222211.

Questão 24

Observe a tabela abaixo.

1	2	3	4	5	6	7	8
16	15	14	13	12	11	10	9
17	18	19	20	21	22	23	24
32		30		28			25
		35					
				44			
64							

Que número ocuparia a 8ª linha, 8ª coluna?

- A) 73.
- B) 88.
- C) 89.
- D) 104.

Questão 25

Observe a sequência.

2, 7, 12, 17, 22, 27, ...

Qual será o 10º termo dessa sequência?

- A) 32.
- B) 37.
- C) 42.
- D) 47.

Conhecimentos Específicos

Questão 26

A comunicação é fundamental e inerente ao ser humano. Para que os funcionários, clientes e público externo conheçam e entendam a função da empresa e para que todos tenham os mesmos objetivos e consigam alcançá-los, é fundamental ter uma boa e eficaz relação de comunicação.

São características dessa relação eficaz, **EXCETO**:

- A) Adequada apresentação.
- B) Compatibilidade de pensamento e ação.
- C) Bidirecionamento.
- D) Responsabilidade social.

Questão 27

“_____ é qualquer forma, não pessoal, de apresentação ou promoção de ideias, bens ou serviços, paga por um patrocinador identificado”.

Assinale a alternativa que preenche **CORRETAMENTE** a lacuna acima.

- A) Publicidade.
- B) Propaganda.
- C) Promoção.
- D) *Merchandising*.

Questão 28

O planejador de mídia precisa conhecer a capacidade dos principais tipos de mídia para conseguir cobertura, frequência e impacto. Esses profissionais escolhem entre as diversas categorias de mídia considerando três variáveis.

Assinale a alternativa que **NÃO** representa uma dessas variáveis.

- A) Hábitos de mídia do público-alvo.
- B) Custo.
- C) Número total de exposições.
- D) Características do produto.

Questão 29

Para a elaboração de um bom plano de comunicação, Kotler sugere 8 etapas a serem seguidas.

Assinale a alternativa que **INDICA** a primeira etapa desse processo.

- A) Determinação dos objetivos.
- B) Estabelecimento do orçamento.
- C) Identificação do público-alvo.
- D) Seleção dos canais de comunicação.

Questão 30

A identidade visual de uma empresa é composta por elementos que identificam o negócio. Uma identidade visual bem estabelecida é vital para a construção de uma marca reconhecida pelo consumidor e pela sociedade em geral.

Diante do que foi descrito, assinale a alternativa que **NÃO** corresponde a um elemento da identidade visual de uma empresa.

- A) Logomarca.
- B) Posicionamento.
- C) Símbolo.
- D) Cores.

Questão 31

A estratégia de *branding* de uma empresa reflete o número e a natureza dos elementos de marca comuns e característicos que se aplicam aos produtos comercializados por ela. Quando uma empresa lança um produto, três opções principais se apresentam.

Assinale alternativa que **NÃO** traduz uma dessas opções.

- A) Desenvolver novos elementos de marca para o novo produto.
- B) Expandir a profundidade e/ou a amplitude da conscientização da marca.
- C) Aplicar alguns de seus elementos de marca preexistentes.
- D) Utilizar uma combinação de elementos de marca novos e preexistentes.

Questão 32

Para avaliar o impacto conjunto de um Programa de Comunicação Integrada de *Marketing*, o principal objetivo é criar o programa mais eficaz e eficiente possível.

Os critérios abaixo podem ajudar a determinar se a comunicação está integrada, **EXCETO**:

- A) Custo.
- B) Complementaridade.
- C) Conscientização.
- D) Cobertura.

Questão 33

As metas indicam aquilo que a unidade de negócios deseja alcançar; estratégia é um plano de ação para se chegar lá. Para atingir suas metas, todos os negócios devem preparar estratégias, as quais consistem em: estratégia de *marketing*, estratégia de tecnologia e estratégia de busca de recursos compatíveis.

Assinale a alternativa que apresenta as três estratégias genéricas que servem de início para o pensamento estratégico.

- A) Análise de mercado, posicionamento e diferenciação.
- B) Missão, visão, crenças e valores.
- C) Análise de mercado, diferenciação e vendas.
- D) Foco, diferenciação e liderança total em custos.

Questão 34

Analise as seguintes afirmativas sobre metas estratégicas da comunicação de *marketing* e assinale com **V** as **verdadeiras** e com **F** as **falsas**.

- () Criar consciência no público-alvo.
- () Analisar o mercado e mudar a embalagem dos produtos.
- () Formar imagens positivas.
- () Identificar possíveis clientes.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

- A) V F F V.
- B) F V V F.
- C) F F V F.
- D) V F V F.

Questão 35

Existem cinco passos para se criar um bom texto publicitário.

Assinale a alternativa que apresenta **CORRETAMENTE** a ordem desses passos.

- A) Clareza, concisão, interesse, proximidade e persuasão.
- B) Clareza, concisão, interesse, consistência e persuasão.
- C) Clareza, concisão, atração, proximidade e persuasão.
- D) Clareza, atração, persuasão, consistência e proximidade.

Questão 36

Com o intuito de ter mais informações e de fundamentar a tomada de decisão, muitas empresas utilizam-se de pesquisas de mercado para coletar tais informações.

Acerca dos tipos de abordagens de pesquisa, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- A) Levantamento.
- B) Experimental.
- C) Amostra.
- D) Observação.

Questão 37

Relacione os tipos de campanhas publicitárias apresentados na **COLUNA I** com suas respectivas características na **COLUNA II**.

COLUNA I

COLUNA II

- | | | |
|------------------|-----|--|
| 1. Teaser. | () | Visa a tornar a marca do anunciante conhecida. |
| 2. Testemunhal. | () | Uma pessoa de credibilidade fala das características do produto. |
| 3. Promocional. | () | Seu objetivo é apresentar outro anúncio |
| 4. Institucional | () | Descrever as características do produto. |

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

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

Questão 38

É muito importante, para as empresas que estão presentes nas redes sociais, acompanhar o seu desempenho perante o público. Para executar esse acompanhamento, existem algumas ferramentas.

Assinale a alternativa que **NÃO** apresenta uma dessas ferramentas.

- A) Google Analytics.
- B) Social Mention.
- C) Mendeley.
- D) Alltop.

Questão 39

O Plano de *Marketing* é um dos produtos mais importantes do Processo de *Marketing*. Trata-se do documento escrito que resume o que o profissional sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar os seus objetivos.

Acerca do enunciado acima, assinale com **V** as afirmativas **verdadeiras** e com **F** as **falsas**.

- () O Plano de *Marketing* recebe nomes variados como Plano de Negócios ou Plano de Batalha.
- () A maioria dos Planos de *Marketing* é anual e varia de tamanho.
- () Os Planos de *Marketing* estão se tornando mais voltados para a empresa e para os concorrentes.
- () Os problemas mais frequentes dos Planos de *Marketing* são falta de realismo, análise competitiva insuficiente e foco ao longo prazo.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

- A) V V F F.
- B) F V F F.
- C) F V V F.
- D) V F V V.

Questão 40

Uma boa campanha será aquela que cumpra, satisfatoriamente, o objetivo para o qual foi feita.

Dentre os muitos objetivos publicitários, pode-se destacar, **EXCETO**:

- A) Lembrar às pessoas que a marca existe.
- B) Estimular as pessoas a experimentarem o produto.
- C) Informar que uma marca ou um produto existem.
- D) Reter clientes.

Questão 41

Com o surgimento de novas possibilidades de comunicação oferecidas pela internet, novos modelos de Compostos de *Marketing* estão sendo desenvolvidos para auxiliar no estabelecimento de estratégias de *Marketing* Digital. Um Composto de *Marketing* Digital que se destaca é o 7C's criados pela consultoria americana A.T. Kearney.

São parte do *Composto de Marketing Digital*, **EXCETO**:

- A) Conteúdo.
- B) Cuidado com o cliente.
- C) Comunidade.
- D) Compartilhamento.

Questão 42

Em relação à *Web 1.0*, assinale a alternativa **CORRETA**.

- A) Destaca-se por ser dinâmica, interativa e participativa.
- B) Ser estática, com conteúdos que não podem ser alterados pelos usuários finais.
- C) Ter o intuito de mudar as formas de pesquisas para facilitar a vida do usuário.
- D) Ser repositório de conteúdo.

Questão 43

Em relação à definição de interatividade, assinale a alternativa **CORRETA**.

- A) Possibilidade crescente com a evolução dos dispositivos técnicos, de transformar os envolvidos na comunicação, simultaneamente, em emissores e receptores da mensagem.
- B) Cruzamento entre mídias alternativas e de massa que é assistido por múltiplos suportes.
- C) É um tipo de ação que ocorre entre duas ou mais entidades quando a ação de uma delas provoca uma reação da outra ou das restantes.
- D) Dialoga com um processo cultural maior que materializa as relações plurais entre as diferentes formas de assimilação de conteúdo, as audiências heterogêneas e as próprias mídias.

Questão 44

O movimento da *Web 2.0* começa em 2000, quando publicitários, marketólogos e empreendedores passaram a pensar a Internet como um lugar capaz de revolucionar a publicidade, o *marketing* e os negócios desgastados com a violência e estupidez da mídia proprietária de massas e o seu modelo invasivo e esmagador.

São parâmetros que norteiam a orientação acima, **EXCETO**:

- A) Na nova *web*, a publicidade não encontraria a nova voz dos grupos da cultura da mídia que transformariam a publicidade em uma honesta recomendação crítica dos usuários.
- B) Os usuários se transformariam em sócios das empresas por meio de sua cooperação interessada na mesma medida em que as empresas reconhecessem seu valor e garantissem sua livre expressão e participação.
- C) A cooperação, a colaboração e a livre expressão seriam os instrumentos dessa nova *web* que uniria empresários e usuários por meio da livre comunicação.
- D) A Internet deveria ser como o *blog*: uma plataforma onde programas *open source* tornariam o conhecimento de programação desnecessário e tornariam o usuário um produtor e cooperador das empresas.

Questão 45

“A _____ representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 29).

Assinale a alternativa que completa **CORRETAMENTE** a lacuna acima.

- A) *cross-media*
- B) convergência
- C) transmídia
- D) multimídia

Questão 46

Imagine a seguinte situação: você busca no Google a palavra *Miami*. Se as suas informações pessoais, armazenadas no banco de dados do Google, indicarem que você costuma viajar com frequência, provavelmente, os primeiros resultados a aparecerem sejam *sites* de companhias aéreas que vendam passagens para lá.

Diante do exposto, pode-se dizer que o trecho acima se refere a

- A) busca aproximada.
- B) refinamento de busca.
- C) personalização de conteúdo.
- D) direcionamento.

Questão 47

Sobre a multimediação e hipertextualidade, correlacione a **COLUNA II** de acordo com a **COLUNA I**.

COLUNA I		COLUNA II
1. Multimediação.	()	Convergência para difundir uma mensagem por meio de várias plataformas digitais.
2. Hipertextualidade.	()	Publicidade na internet enriquecida com recursos multimídia.
3. <i>Rich</i> Mídia.	()	Ligação de um documento a outro. Recursos multimídia.
4. <i>Cross-Media</i> .	()	Utilização de várias mídias (texto, sons e imagens).

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**.

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

Questão 48

Quando Henry Jenkins fala das relações entre as tecnologias existentes que se alteram e das relações entre indústrias, mercados, gêneros, audiências e consumo dos meios, ele está falando sobre _____

Assinale alternativa que completa a frase **CORRETAMENTE**.

- A) cultura da convergência.
- B) *marketing* 2.0.
- C) multimediação.
- D) Sistema Integrado de *Marketing* (SIM).

Questão 49

“O *marketing* 1.0 era centrado no produto; o *marketing* 2.0 era orientado para o cliente e, agora, o *marketing* 3.0 é orientado por valores”. Mais do que isso, Kotler (2010) diz que “[...] estamos em uma era em que a cultura da sua empresa é o conjunto de valores que você representa para os seus clientes”.

Com base no trecho descrito, avalie as questões a seguir e a relação proposta entre elas:

I. As empresas estão evoluindo na forma de pensar, agir e implementar o *marketing*. Nesse processo evolutivo, a empresa muda o foco do produto para o cliente e, desse, para valores.

PORQUE

II. O foco e a orientação por valores decorrem da necessidade organizacional de ser sustentável e de desenvolver sua responsabilidade social, especialmente em um mundo no qual os clientes, informados e conscientes, buscam novos valores.

Acerca dessas questões, assinale a alternativa **CORRETA**.

- A) As afirmativas I e II são verdadeiras e a II é uma justificativa da I.
- B) As afirmativas I e II são verdadeiras, mas a II não é uma justificativa da I.
- C) A afirmativa I é falsa e a II é verdadeira.
- D) As afirmativas I e II são falsas.

Questão 50

Segundo Solomon (2011), o processo de decisão de compra se desenvolve em uma determinada sequência.

Assinale a alternativa que corresponde à sequência **CORRETA**.

- A) Busca de informações, reconhecimento do problema, avaliação de alternativas, escolha do produto e avaliação pós-compra.
- B) Busca de informações, avaliação de alternativas, reconhecimento do problema, escolha do produto e avaliação pós-compra.
- C) Reconhecimento do problema, busca de informações, avaliação de alternativas, escolha do produto e avaliação pós-compra.
- D) Reconhecimento do problema, avaliação de alternativas, busca de informações, escolha do produto e avaliação pós-compra.

PROVA DISSERTATIVA

INSTRUÇÕES GERAIS

1. Nos termos do subitem 9.3.35 do Edital, as instruções constantes nos Cadernos de Questões e nas Folhas de Respostas da **PROVA OBJETIVA e DISSERTATIVA** (quando for o caso), bem como as orientações e instruções expedidas pela Fundep durante a realização das provas complementam este Edital e deverão ser rigorosamente observadas e seguidas pelo candidato.
2. A **PROVA DISSERTATIVA** deverá conter, entre o **mínimo de 25 (vinte e cinco) linhas e, no máximo, 30 (trinta) linhas** (subitem 9.4.5) e deve ser escrita com caneta esferográfica de **tinta azul ou preta, na folha da Prova Dissertativa**.
3. A variante linguística a ser utilizada na elaboração da **redação** é o **padrão culto formal**.
4. Tendo em vista que o prazo para implementação do Novo Acordo Ortográfico, foi estendido para 2016, os critérios de correção de redação não incluem como objeto de desconto por erro os aspectos da Língua Portuguesa afetados pelas alterações introduzidas no novo acordo. Enquanto a mudança não entrar em vigor, o candidato pode responder dentro da nova ou da antiga ortografia, podendo, inclusive, grafar uma palavra de duas formas diferentes na mesma prova.
5. A versão definitiva da resposta ou a sua transcrição, caso tenha sido feita em rascunho, deverá ser registrada na folha de resposta da **Prova Dissertativa** que contém o campo de identificação. Em nenhuma hipótese, o rascunho será considerado na correção da prova.
6. Nos termos do subitem do Edital, não será permitido o uso de lápis-borracha ou corretivo de texto.
7. Nos termos do subitem 9.4.4, a **Prova Dissertativa** será avaliada na escala de 0 (zero) e **20 (vinte) pontos**, de acordo com o critério de avaliação.
8. Os critérios de correção da **Prova Dissertativa** serão os seguintes, conforme **subitem 9.4.8** do Edital.

ASPECTOS AVALIADOS	NÚMERO DE PONTOS	DESCONTOS POR ERRO
Pontuação e ortografia (PO).	4	0,2
Morfossintaxe (emprego dos pronomes, concordância verbal e nominal, oração e período, vozes do verbo) (M).	4	0,2
Coesão e coerência (CC).	6	0,3
Compreensão / conhecimento do conteúdo proposto e propriedade da resposta (CP).	6	0,3
Linhas aquém do limite mínimo estabelecido de 25 linhas.	-	0,5
Linhas além do limite máximo estabelecido de 30 linhas.	-	0,5
TOTAL	20 pontos	-

Não será corrigida — e, conseqüentemente, a ela se atribuirá a nota **0 (zero)** — a **Redação** escrita:

- sem observância do **tema proposto**, bem como das **instruções dadas**;
- **fora do espaço próprio**;
- **a lápis**;
- com **letra ilegível**.

9. Nos termos do subitem 9.3.36 do Edital, findo o horário limite para a realização das provas, o candidato deverá entregar as Folhas de Respostas da Prova Objetiva e Dissertativa (quando for o caso), devidamente preenchidas e assinadas ao aplicador de sala.
10. Nos termos do subitem 9.4.13, não será fornecida folha adicional para complementação da dissertação, devendo o candidato limitar-se a uma única folha padrão recebida.
11. Nos termos do subitem 9.3.43 do Edital, não haverá substituição da Folha de Respostas da Prova Objetiva e do Caderno de resposta da Prova Dissertativa **por erro do candidato**.

Dissertação

“Ainda imaginamos fazer comunicação quando estamos apenas divulgando. Comunicação para nossas instituições, tradicionalmente, é muito mais falar do que ouvir ou dialogar, muito mais convencer do que proporcionar a participação.

Nós, costumeiramente, consideramos a Imprensa como o ator central nos processos de diálogo social, mas devemos lembrar que boa parte da população não tem acesso à grande Imprensa, não acompanha o noticiário, o que exige um tipo de ação estratégica mais refinada. [...]. A simples disponibilização de informação na Internet não significa que realizamos a comunicação. [...]. Interação é o grande desafio dos comunicadores.

Acredito que é nossa atribuição agir estrategicamente para que a comunicação seja mais efetiva em dialogar com o cidadão e dar-lhe mais poder. Devemos fazer a prioridade das estratégias de comunicação ser deslocada do campo da política, da instituição, da personalização, para o campo da cidadania e do serviço ao público.

Temos um papel importante no sentido de mudar a visão predominante sobre a comunicação como instrumento de transformação da sociedade e precisamos ser mais eficazes em cumpri-lo.”

(DUARTE, J. disponível em: < <http://redeescoladegoverno.fdrh.rs.gov.br/>> 20/10/2013, com adaptações)

A partir de reflexão sobre o fragmento acima, elabore um texto **DISSERTATIVO-ARGUMENTATIVO** expondo sua opinião sobre as seguintes questões:

- Qual o papel da comunicação pública no que se refere à formação da cidadania no Brasil?
- Que recursos e estratégias os órgãos públicos de comunicação podem utilizar para promover a cidadania?
- Quais seriam as ênfases dos diferentes veículos? Como o profissional com a sua formação acadêmica pode contribuir para que se atinja maior efetividade em relação às metas propostas?

ATENÇÃO

- Na avaliação da redação, não se levará em conta a posição assumida pelo candidato, mas a capacidade de argumentação e a relevância dos argumentos apresentados.
- A transcrição parcial ou total das instruções acima não será considerada para efeito de contabilização do número de linhas.

FOLHA DE RESPOSTAS (RASCUNHO)

01 A B C D

02 A B C D

03 A B C D

04 A B C D

05 A B C D

06 A B C D

07 A B C D

08 A B C D

09 A B C D

10 A B C D

11 A B C D

12 A B C D

13 A B C D

14 A B C D

15 A B C D

16 A B C D

17 A B C D

18 A B C D

19 A B C D

20 A B C D

21 A B C D

22 A B C D

23 A B C D

24 A B C D

25 A B C D

26 A B C D

27 A B C D

28 A B C D

29 A B C D

30 A B C D

31 A B C D

32 A B C D

33 A B C D

34 A B C D

35 A B C D

36 A B C D

37 A B C D

38 A B C D

39 A B C D

40 A B C D

41 A B C D

42 A B C D

43 A B C D

44 A B C D

45 A B C D

46 A B C D

47 A B C D

48 A B C D

49 A B C D

50 A B C D

AO TRANSFERIR ESSAS MARCAÇÕES PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, OBSERVE AS INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS DADAS NA CAPA DA PROVA.

USE CANETA ESFEROGRÁFICA AZUL OU PRETA.

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