

Prova Escrita Objetiva e Discursiva – Nível Superior

**ANALISTA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO -  
ANALISTA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA****Tipo 1 – BRANCA****SUA PROVA**

Além deste caderno de prova, contendo setenta questões objetivas e duas questões discursivas, você receberá do fiscal de sala:

- uma folha destinada às respostas das questões objetivas
- um caderno de textos definitivos destinado às questões discursivas

**TEMPO**

- **5 (cinco) horas** é o tempo disponível para a realização da prova, já incluído o tempo para a marcação da folha de respostas da prova objetiva e a transcrição dos textos definitivos
- **2 horas** após o início da prova é possível retirar-se da sala, sem levar o caderno de prova
- **1 hora** antes do término do período de prova é possível retirar-se da sala levando o caderno de prova

**NÃO SERÁ PERMITIDO**

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova
- Levantar da cadeira sem autorização do fiscal de sala
- Usar o sanitário ao término da prova, após deixar a sala

**INFORMAÇÕES GERAIS**

- As questões objetivas têm cinco alternativas de resposta (A, B, C, D, E) e somente uma delas está correta
- As questões discursivas virão ao final do caderno de prova
- Verifique se seu caderno está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, notifique imediatamente o fiscal da sala, para que sejam tomadas as devidas providências
- Confira seus dados pessoais, especialmente nome, número de inscrição e documento de identidade e leia atentamente as instruções para preencher a folha de respostas
- Use somente caneta esferográfica, fabricada em material transparente, com tinta preta ou azul
- Assine seu nome apenas nos espaços reservados
- Marque na folha de respostas o campo relativo à confirmação do tipo/cor de prova, conforme o caderno recebido
- O preenchimento das respostas da prova objetiva é de sua responsabilidade e não será permitida a troca da folha de respostas em caso de erro
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento de suas respostas. Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas na folha de respostas da prova objetiva e as respostas no caderno de textos definitivos, não sendo permitido anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de prova
- A FGV coletará as impressões digitais dos candidatos na folha de respostas
- Os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais quando do ingresso e da saída de sanitários durante a realização das provas
- Boa prova!



## Língua Portuguesa



1

A charge acima, da autoria de Newton Silva, considerando-se ter sido feita em setembro de 2015, tem por principal objetivo:

- (A) condenar a influência de Maquiavel nos atos dos governos;
- (B) criticar os frequentes atos de corrupção na política brasileira;
- (C) ironizar a má preparação intelectual dos nossos políticos;
- (D) mostrar fraquezas presentes na teoria política dos regimes democráticos;
- (E) demonstrar a urgente necessidade de ser revisto nosso sistema eleitoral.

2

“A minha democracia termina no momento em que você não concorda mais comigo”.

O comentário adequado aos termos presentes na fala da charge de Newton Silva é:

- (A) a expressão “minha democracia” indica uma distorção teórica do regime democrático da parte do personagem;
- (B) o emprego do verbo “terminar” mostra o erro de considerar-se a democracia como um regime superado;
- (C) a utilização dos pronomes pessoais “você” e “comigo” confirma a visão de a democracia ser um regime que conta com a participação popular;
- (D) a presença do verbo “concordar” confirma a visão de que o regime democrático sobrevive graças à solidariedade entre os cidadãos;
- (E) o uso do advérbio “mais” se refere implicitamente à presença de opiniões diferentes com que convive o regime democrático.

3

“Assaltar os cofres públicos é um ato democrático porque o dinheiro é poder e o poder emana do povo”.

A frase mostra uma estrutura argumentativa, que teria validade, mas não verdade, na seguinte forma:

- (A) o poder emana do povo / o dinheiro é poder / assaltar os cofres públicos é um ato democrático;
- (B) o dinheiro é poder / o poder emana do povo / assaltar os cofres públicos é um ato democrático;
- (C) assaltar os cofres públicos é um ato democrático / o poder emana do povo / o dinheiro é poder;
- (D) o dinheiro é poder / assaltar os cofres públicos é um ato democrático / o poder emana do povo;
- (E) o poder emana do povo / assaltar os cofres públicos é um ato democrático / o dinheiro é poder.

Texto 1

Do grego *demo*=povo e *cracia*=governo, ou seja, governo do povo. Democracia é um sistema em que as pessoas de um país podem participar da vida política. Essa participação pode ocorrer através de eleições, plebiscitos e referendos. Dentro de uma democracia, as pessoas possuem liberdade de expressão e manifestações de suas opiniões. A maior parte das nações do mundo atual seguem o sistema democrático.

Embora tenha surgido na Grécia Antiga, a democracia foi pouco usada pelos países até o século XIX. Até este século, grande parte dos países do mundo usavam sistemas políticos que colocavam o poder de decisão nas mãos dos governantes. Já no século XX, a democracia passou a ser predominante no mundo. (*suapesquisa.com*)

4

O texto 1 começa apresentando a etimologia do vocábulo *democracia*; o item abaixo em que a significação do vocábulo dado está correta é:

- (A) *teocracia* – governo que não adota uma religião oficial;
- (B) *meritocracia* – governo composto exclusivamente por pessoas de nível superior de instrução;
- (C) *aristocracia* – governo formado com pessoas consideradas de grande autoridade religiosa;
- (D) *gerontocracia* – governo constituído por pessoas capazes de gerar ideias novas;
- (E) *plutocracia* – governo estruturado com a participação dos mais ricos entre os cidadãos.

5

O primeiro parágrafo do texto 1 é composto por cinco períodos; o período que apresenta problemas em sua formulação escrita é:

- (A) “Do grego *demo*=povo e *cracia*=governo, ou seja, governo do povo”.
- (B) “Democracia é um sistema em que as pessoas de um país podem participar da vida política”.
- (C) “Essa participação pode ocorrer através de eleições, plebiscitos e referendos”.
- (D) “Dentro de uma democracia, as pessoas possuem liberdade de expressão e manifestações de suas opiniões”.
- (E) “A maior parte das nações do mundo atual seguem o sistema democrático”.

**6**

“Embora tenha surgido na Grécia Antiga, a democracia foi pouco usada pelos países até o século XIX”. O sentido adequado dessa frase do texto 1 é:

- (A) a Grécia é um país culto, mas não conseguiu implantar a democracia no mundo;
- (B) a Grécia é muito antiga, mas só no século XIX a democracia passou a vigorar em alguns países;
- (C) a Grécia é a pátria da Filosofia, mas as ideias democráticas não conseguiram êxito;
- (D) a Grécia é o país criador da democracia, mas só com o surgimento dos EUA, ela foi conhecida;
- (E) a Grécia usou a democracia por muitos séculos, mas os países modernos a adotam por pouco tempo.

**7**

“Até este século, grande parte dos países do mundo usavam sistemas políticos que colocavam o poder de decisão nas mãos dos governantes”.

Sobre os componentes desse segmento do texto 1, é correto afirmar que:

- (A) no segmento “até este século”, o demonstrativo pode ser corretamente substituído por “esse” ou “aquele”;
- (B) no segmento “grande parte dos países”, o termo “grande parte” é equivalente a “a maior parte”;
- (C) no segmento “usavam sistemas políticos”, a forma verbal pode também ser empregada no singular;
- (D) no segmento “que colocavam”, o pronome *que* é equivalente a “nos quais”;
- (E) no segmento “nas mãos dos governantes”, o termo “dos governantes” equivale ao adjetivo “governáveis”.

**8**

Sobre o emprego de conectivos no texto 1, é correto afirmar que:

- (A) o termo “ou seja”, no primeiro parágrafo do texto, equivale a “isto é”, precedendo uma enumeração;
- (B) o termo “através de”, no primeiro parágrafo do texto, equivale a “por meio de”, com valor de lugar;
- (C) o termo “embora”, no segundo parágrafo do texto, equivale a “contanto que”, dando ideia de concessão;
- (D) o termo “até”, em “até este século”, equivale a “inclusive”, com valor de limite temporal;
- (E) o termo “já”, no segundo parágrafo do texto, equivale a “mas”, com valor de oposição.

**Texto 2**

Democracia refém (José Roberto de Toledo)

Desde 2008, o ibope pergunta à população em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil. Os resultados nunca foram brilhantes ainda menos se comparados com países latino-americanos como Uruguai e Argentina, mas jamais haviam sido tão chocantes quanto agora. Só 15% dos brasileiros se dizem “satisfeitos” (14%) ou “muito satisfeitos” (1%) com o jeito que o regime democrático funciona no país. (*Estado de São Paulo*, 04/09/2015)

**9**

Há uma série de vocábulos denominados “modalizadores”, que se caracterizam por inserir opiniões do enunciador sobre o assunto tratado. O segmento abaixo, retirado do texto 2, cujo vocábulo sublinhado é exemplo de modalizador é:

- (A) “Só 15% dos brasileiros se dizem ‘satisfeitos’”;
- (B) “Desde 2008, o ibope pergunta à população em idade de votar quão satisfeita ela está...”;
- (C) “Os resultados nunca foram brilhantes...”;
- (D) “...mas jamais haviam sido tão chocantes quanto agora.”;
- (E) “...ou ‘muito satisfeitos’ (1%) com o jeito que o regime democrático funciona no país”.

**10**

Os termos “satisfeitos” e “muito satisfeitos” aparecem entre aspas porque:

- (A) destacam elementos importantes no contexto;
- (B) mostram termos técnicos da pesquisa;
- (C) indicam respostas dos entrevistados;
- (D) apontam a presença de tom irônico;
- (E) demonstram a precisão da pesquisa.

**11**

“Desde 2008, o ibope pergunta à população em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil”.

O termo “desde 2008” causa modificação de sentido quando colocado na posição seguinte:

- (A) O ibope, desde 2008, pergunta à população em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil.
- (B) O ibope pergunta, desde 2008, à população em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil.
- (C) O ibope pergunta à população, desde 2008, em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil.
- (D) O ibope pergunta à população em idade de votar, desde 2008, quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil.
- (E) O ibope pergunta à população em idade de votar quão satisfeita ela está com o funcionamento da democracia no Brasil desde 2008.

**12**

O jornalista autor do texto 2 informa que os resultados da pesquisa foram muito chocantes, isso porque:

- (A) deixaram de ser brilhantes pela primeira vez;
- (B) mostraram concentração de respostas positivas;
- (C) indicaram reprovação do governo;
- (D) apontavam mais de 80% de reprovação;
- (E) destacaram insatisfação da população.

**13**

Entre as citações abaixo, todas de escritores célebres, aquela que mostra uma contradição interna da democracia é:

- (A) “A democracia é apenas a substituição de alguns corruptos por muitos incompetentes.” (B. Shaw);
- (B) “Um boletim de voto tem mais força que um tiro de espingarda.” (Abraham Lincoln);
- (C) “O que chamamos democracia começa a assemelhar-se tristemente ao pano solene que cobre a urna onde já está apodrecendo o cadáver.” (José Saramago);
- (D) “O grande problema do nosso sistema democrático é que permite fazer coisas nada democráticas democraticamente.” (José Saramago);
- (E) “A maior ameaça à democracia, à justiça socioeconômica e ao crescimento econômico neste país é que predomina a ideia de controle monopolista de algumas empresas sobre a economia.” (Nelson Mandela).

**14**

O segmento, retirado dos pensamentos anteriores, que mostra o vocábulo QUE com a classe de pronome relativo, ou seja, em substituição a um termo anterior, corretamente indicado, é:

- (A) “Um boletim de voto tem mais força que um tiro de espingarda”; antecedente: “força”;
- (B) “O que chamamos democracia começa a assemelhar-se tristemente ao pano solene...”; antecedente: “o”;
- (C) “O grande problema do nosso sistema democrático é que permite fazer coisas...”; antecedente: “sistema”;
- (D) “A maior ameaça à democracia, à justiça socioeconômica e ao crescimento econômico neste país é que predomina a ideia de controle monopolista”; antecedente: “país”;
- (E) “assemelhar-se tristemente ao pano solene que cobre a urna onde já está apodrecendo o cadáver”; antecedente: “urna”.

**15**

“A maior ameaça à democracia, à justiça socioeconômica e ao crescimento econômico neste país é que predomina a ideia de controle monopolista de algumas empresas sobre a economia”. (Nelson Mandela)

Assinale o comentário adequado aos componentes da citação de Nelson Mandela sobre democracia:

- (A) o vocábulo “maior” equivale à forma superlativa do adjetivo “grande”;
- (B) o acento grave em “à democracia” tem seu emprego justificado por razão diferente do termo “à justiça socioeconômica”;
- (C) no termo “neste país”, a forma do demonstrativo “este” é justificada pela referência ao tempo presente;
- (D) a expressão “é que” tem valor expletivo, ou seja, pode ser retirada do texto sem prejuízo da forma ou do sentido;
- (E) o conector “sobre” está mal empregado, devendo ser substituído por “sob”.

## Língua Inglesa

### TEXT 1



<http://www.freeimages.com/photo/ouro-preto-1170501>

#### Mining tourism in Ouro Preto

Ouro Preto is surrounded by a rich and varied natural environment with waterfalls, hiking trails and native vegetation partially protected as state parks. Parts of these resources are used for tourism. Paradoxically, this ecosystem contrasts with the human occupation of the region that produced, after centuries, a rich history and a cultural connection to mining, its oldest economic activity which triggered occupation. The region has an unlimited potential for tourism, especially in specific segments such as mining heritage tourism, in association or not with the existing ecotourism market. In fact, in Ouro Preto, tourism, history, geology and mining are often hard to distinguish; such is the inter-relationship between these segments.

For centuries, a major problem of mining has been the reuse of the affected areas. Modern mining projects proposed solutions to this problem right from the initial stages of operation, which did not happen until recently. As a result, most quarries and other old mining areas that do not have an appropriate destination represent serious environmental problems. Mining tourism utilizing exhausted mines is a source of employment and income. Tourism activities may even contribute to the recovery of degraded areas in various ways, such as reforestation for leisure purposes, or their transformation into history museums where aspects of local mining are interpreted.

Minas Gerais, and particularly Ouro Preto, provides the strong and rich cultural and historical content needed for the transformation of mining remnants into attractive tourism products, especially when combined with the existing cultural tourism of the region. Although mining tourism is explored in various parts of the world in extremely different social, economic, cultural and natural contexts, in Brazil it is still not a strategy readily adopted as an alternative for areas affected by mining activities.

(Lohmann, G. M.; Flecha, A. C.; Knupp, M. E. C. G.; Liccardo, A. (2011). Mining tourism in Ouro Preto, Brazil: opportunities and challenges. In: M. V. Conlin; L. Jolliffe (eds). *Mining heritage and tourism: a global synthesis*. New York: Routledge, pp. 194-202.)

### 16

Mark the statements below as TRUE (T) or FALSE (F) according to Text 1.

- ( ) Tourism may actually be quite beneficial to some degraded mining areas.
- ( ) Mining tourism has recently been promptly embraced by Brazilian regions.
- ( ) Ouro Preto is attracting people because mining is one of its most recent activities.

The correct sequence is:

- (A) F – T – T;
- (B) F – F – T;
- (C) F – T – F;
- (D) T – T – F;
- (E) T – F – F.

### 17

Text 1 refers to “hiking trails” (l. 2), which are primarily intended for:

- (A) cycling;
- (B) skating;
- (C) walking;
- (D) driving;
- (E) shooting.

### 18

The opposite of the underlined word in “are often hard to distinguish” (l. 11) is:

- (A) seldom;
- (B) always;
- (C) at times;
- (D) generally;
- (E) frequently.

### 19

The problem referred to in “solutions to this problem” (l. 14-15) is:

- (A) using old machinery;
- (B) cleaning the environment;
- (C) opening new digging sites;
- (D) reclaiming damaged areas;
- (E) digging in unsuitable places.

### 20

The sentence that best explains “Mining tourism utilizing exhausted mines is a source of employment and income.” (l. 18-19) is:

- (A) wasted mines can generate jobs and money;
- (B) tourism is supported by miners and their families;
- (C) visiting wasted mines can drain the energy of tourists;
- (D) using damaged mines for tourism may be rather unsafe;
- (E) mining tourism deprives people of their work and resources.

**21**

The phrase “As a result” (l. 16) can be replaced by:

- (A) Yet;
- (B) Hence;
- (C) Though;
- (D) Anyhow;
- (E) However.

**TEXT 2****Innovation is the new key to survival**

[...]

At its most basic, innovation presents an optimal strategy for controlling costs. Companies that have invested in such technologies as remote mining, autonomous equipment and driverless trucks and trains have reduced expenses by orders of magnitude, while simultaneously driving up productivity.

Yet, gazing towards the horizon, it is rapidly becoming clear that innovation can do much more than reduce capital intensity. Approached strategically, it also has the power to reduce people and energy intensity, while increasing mining intensity.

**Capturing the learnings**

The key is to think of innovation as much more than research and development (R&D) around particular processes or technologies. Companies can, in fact, innovate in multiple ways, such as leveraging supplier knowledge around specific operational challenges, redefining their participation in the energy value chain or finding new ways to engage and partner with major stakeholders and constituencies.

To reap these rewards, however, mining companies must overcome their traditionally conservative tendencies. In many cases, miners struggle to adopt technologies proven to work at other mining companies, let alone those from other industries. As a result, innovation becomes less of a technology problem and more of an adoption problem.

By breaking this mindset, mining companies can free themselves to adapt practical applications that already exist in other industries and apply them to fit their current needs. For instance, the tunnel boring machines used by civil engineers to excavate the Chunnel can vastly reduce miners' reliance on explosives. Until recently, those machines were too large to apply in a mining setting. Some innovators, however, are now incorporating the underlying technology to build smaller machines—effectively adapting mature solutions from other industries to realize more rapid results.

**Re-imagining the future**

At the same time, innovation mandates companies to think in entirely new ways. Traditionally, for instance, miners have focused on extracting higher grades and achieving faster throughput by optimizing the pit, schedule, product mix and logistics. A truly innovative mindset, however, will see them adopt an entirely new design paradigm that leverages new information, mining and energy technologies to maximize value. [...]

Approached in this way, innovation can drive more than cost reduction. It can help mining companies mitigate and manage risks, strengthen business models and foster more effective community and government relations. It can help mining services companies enhance their value to the industry by developing new products and services. Longer-term, it can even position organizations to move the needle on such endemic issues as corporate social responsibility, environmental performance and sustainability.

([http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/energy-resources/ru\\_er\\_tracking\\_the\\_trends\\_2015\\_eng.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/energy-resources/ru_er_tracking_the_trends_2015_eng.pdf))

**22**

When companies invest in “remote mining, autonomous equipment and driverless trucks and trains” (l. 3-4), it is clear that their goal is to:

- (A) downsize the pay roll;
- (B) decrease the speed of extraction;
- (C) learn more technological strategies;
- (D) buy machines which require man-power;
- (E) spend more in equipment maintenance.

**23**

The fragment “To reap these rewards” (l. 17) means to:

- (A) maintain old practices;
- (B) get unexpected results;
- (C) achieve desired benefits;
- (D) offer better job conditions;
- (E) win international competitions.

**24**

The verb “reduce” in “reduce capital intensity” (l. 7) has the same meaning as:

- (A) cut in;
- (B) cut off;
- (C) cut out;
- (D) cut loose;
- (E) cut back on.

**25**

The word “them” in “apply them to fit” (l. 25) refers to:

- (A) current needs;
- (B) other industries;
- (C) mining companies;
- (D) practical applications;
- (E) tunnel boring machines.

**26**

“For instance” in “Traditionally, for instance, miners have focused on extracting” (l. 34-35) is used to:

- (A) justify;
- (B) explain;
- (C) exemplify;
- (D) enumerate;
- (E) summarize.

**TEXT 3****Sustainable mining – oxymoron or a way of the future?**

Mining is an activity that has persisted since the start of humans using tools. However, one might argue that digging a big hole in the ground and selling the finite resources that come out of that hole is not sustainable, especially when the digging involves the use of other finite resources (i.e. fuels) and produces a lot of greenhouse gases.

The counter argument could go along the lines that minerals are not being lost or destroyed through mining and mineral processing – the elements are being shifted around, and converted into new forms. Metals can even be extracted from waste, seawater or even sewage, and recycled. But a more simple argument is possible: a mine can be sustainable if it is economically, socially and environmentally beneficial in the short and long term. To be sustainable, the positive benefits of mining should outweigh any negative impacts. [...]

Social positives are often associated with mines in regional areas, such as providing better amenities in a nearby town, or providing employment (an economic and social positive). Social negatives can also occur, such as dust, noise, traffic and visual amenity. These are commonly debated and, whilst sometimes controversial, can be managed with sufficient corporate commitment, stakeholder engagement, and enough time to work through the issues. Time is the key parameter - it may take several years for a respectful process of community input, but as long as it is possible for social negatives to be outweighed by social positives, then the project will be socially sustainable.

It is most likely that a mine development will have some environmental negatives, such as direct impacts on flora and fauna through clearing of vegetation and habitat within the mine footprint. Some mines will have impacts which extend beyond the mine site, such as disruption to groundwater, production of silt and disposal of waste. Certainly these impacts will need to be managed throughout the mine life, along with robust rehabilitation and closure planning. [...]

The real turning point will come when mining companies go beyond environmental compliance to create ‘heritage projects’ that can enhance the environmental or social benefits in a substantial way – by more than the environmental offsets needed just to make up for the negatives created by the mine. In order to foster these innovative mining heritage projects we need to promote ‘sustainability assessments’ - not just ‘environmental assessments’. This will lead to a more mature appreciation of the whole system whereby the economic and social factors, as well as environmental factors, are considered in a holistic manner.

(adapted from <https://www.engineersaustralia.org.au/western-australia-division/sustainable-mining-oxymoron-or-way-future>.

Retrieved on August 10, 2015)

**27**

As regards the content of Text 3, analyse the assertions below:

I - It is well-known that the resources extracted from mines are endless.

II - The social negative impacts of mining may be minimized as time goes by.

III - Sustainable assessment has a wider field of action than environmental assessment.

IV - There is agreement that negative impacts of mining are restricted to the site.

The correct sentences are only:

- (A) I and II;
- (B) I and IV;
- (C) II and III;
- (D) II and IV;
- (E) III and IV.

**28**

The title suggests that the expression “sustainable mining” may:

- (A) imply anger;
- (B) be contradictory;
- (C) sound repetitive;
- (D) reveal impatience;
- (E) seem rather boring.

**29**

When Text 3 informs that elements can be “shifted around” (l. 9), it means they can be:

- (A) discarded from the mining pit;
- (B) maintained in the same setting;
- (C) unearthed from the digging site;
- (D) stabilized into different elements;
- (E) moved from one place to another.

**30**

The excerpt “one might argue” (l. 2) expresses:

- (A) denial;
- (B) advice;
- (C) ability;
- (D) possibility;
- (E) improbability.

**Raciocínio Lógico****31**

O nióbio produzido em Araxá responde por 75% de toda a produção mundial. Sua produção anual é de 70 mil toneladas. O nióbio de Araxá tem reserva para ser explorado por mais de 400 anos. (www.codemig.com.br)

Considerando os dados fornecidos, é possível estimar que a reserva do nióbio de Araxá, em toneladas:

- (A) é menor do que  $10^4$ ;
- (B) está entre  $10^4$  e  $10^5$ ;
- (C) está entre  $10^5$  e  $10^6$ ;
- (D) está entre  $10^6$  e  $10^7$ ;
- (E) é maior do que  $10^7$ .

**32**

Joana foi à loja de roupas para comprar peças novas do uniforme da escola do seu filho. Uma bermuda custava R\$ 35,00 e uma camiseta com o logotipo do colégio custava R\$ 20,00. Joana comprou uma bermuda e duas camisetas e, por ter comprado as três peças juntas, ganhou um desconto e pagou o total de R\$ 66,00 pelas três peças.

O desconto que Joana ganhou foi de:

- (A) 8%;
- (B) 9%;
- (C) 10%;
- (D) 12%;
- (E) 15%.

**33**

Romeu foi a uma loja de flores para comprar um buquê de rosas vermelhas e cravos brancos. Cada rosa custava R\$ 5,00 e cada cravo R\$ 3,00. Romeu queria gastar exatamente R\$ 50,00 com o buquê, que deveria ter pelo menos uma flor de cada um dos dois tipos.

O número de escolhas que Romeu teve para comprar seu buquê foi:

- (A) 1;
- (B) 2;
- (C) 3;
- (D) 4;
- (E) 5.

**34**

Pela falta de energia, no dia 01 de junho todos os geradores de energia elétrica de uma fábrica foram ligados e o estoque de combustível que a fábrica possuía permitiria manter os geradores funcionando por 30 dias. Entretanto, depois de 10 dias de funcionamento de todos os geradores, a metade deles foi desligada.

O combustível restante permitiu que os outros geradores continuassem a funcionar até o dia:

- (A) 10 de julho;
- (B) 15 de julho;
- (C) 20 de julho;
- (D) 25 de julho;
- (E) 30 de julho.

**35**

Hércules pratica exatamente um esporte a cada dia da semana. Às segundas-feiras ele joga vôlei e dois dias depois ele joga basquete. Hércules corre três vezes por semana, mas nunca dois dias consecutivos. Ele também pratica natação e joga tênis, mas nunca pratica natação no dia seguinte ao jogo de tênis ou à corrida.

O dia da semana em que Hércules joga tênis é:

- (A) sábado;
- (B) domingo;
- (C) terça-feira;
- (D) quinta-feira;
- (E) sexta-feira.

**36**

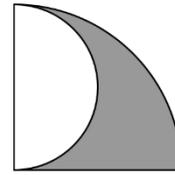
Beralda comprou uma caixa contendo 15 dúzias de comprimidos de complementos vitamínicos e tomou um por dia, todos os dias, sem interrupção.

Se Beralda tomou o primeiro comprimido em uma segunda-feira, o último comprimido da caixa foi tomado em:

- (A) uma terça-feira;
- (B) uma quarta-feira;
- (C) uma quinta-feira;
- (D) uma sexta-feira;
- (E) um sábado.

**37**

A região sombreada na figura é conhecida como “barbatana de tubarão” e foi construída a partir de um quadrante de círculo de raio 4 e de um semicírculo.

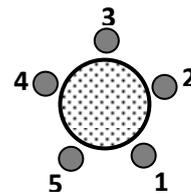


A área dessa “barbatana de tubarão” é:

- (A)  $2\pi$ ;
- (B)  $\frac{5\pi}{2}$ ;
- (C)  $3\pi$ ;
- (D)  $\frac{7\pi}{2}$ ;
- (E)  $4\pi$ .

**38**

Abel, Bruno, Caio, Diogo e Elias ocupam, respectivamente, os bancos 1, 2, 3, 4 e 5, em volta da mesa redonda representada abaixo.



São feitas então três trocas de lugares: Abel e Bruno trocam de lugar entre si, em seguida Caio e Elias trocam de lugar entre si e, finalmente, Diogo e Abel trocam de lugar entre si.

Considere as afirmativas ao final dessas trocas:

- Diogo é o vizinho à direita de Bruno.
- Abel e Bruno permaneceram vizinhos.
- Caio é o vizinho à esquerda de Abel.
- Elias e Abel não são vizinhos.

É/são verdadeira(s):

- (A) nenhuma afirmativa;
- (B) apenas uma;
- (C) apenas duas;
- (D) apenas três;
- (E) todas as afirmativas.

**39**

Em uma urna há duas bolas pretas e duas bolas brancas. Ana retira, aleatoriamente e sem reposição, duas bolas da urna, e Beatriz retira as duas bolas que sobraram.

A probabilidade de Beatriz retirar duas bolas da mesma cor é:

- (A)  $\frac{1}{2}$ ;
- (B)  $\frac{1}{3}$ ;
- (C)  $\frac{1}{4}$ ;
- (D)  $\frac{1}{5}$ ;
- (E)  $\frac{1}{6}$ .

**40**

Em uma empresa, o diretor de um departamento percebeu que Pedro, um dos funcionários, tinha cometido alguns erros em seu trabalho e comentou:

“Pedro está cansado ou desatento.”

A negação lógica dessa afirmação é:

- (A) Pedro está descansado ou desatento.
- (B) Pedro está descansado ou atento.
- (C) Pedro está cansado e desatento.
- (D) Pedro está descansado e atento.
- (E) Se Pedro está descansado então está desatento.

## Conhecimentos Específicos

**41**

O assessor de comunicação de uma empresa pública gerenciará o conteúdo informativo colaborativo em um aplicativo desenvolvido para rodar em dispositivos móveis. O nível de interação atenderá a premissa segundo a qual “comunicação plena é a troca de mensagens efetiva e eficaz entre emissor e receptor”. Além disso, a publicação deve contemplar os emissores e receptores por intermédio de linguagem e conteúdos apropriados.

Desse modo, propugnar-se-á por repertórios:

- (A) distintos e distantes;
- (B) secantes e afins;
- (C) coincidentes e redundantes;
- (D) repetitivos e previsíveis;
- (E) aleatórios e conflitantes.

**42**

*Captain Blood* é um filme norte-americano produzido pela Warner Bros, em preto e branco, de 1935. Na trama, Errol Flynn interpreta um personagem que é condenado por traição. Em dado momento, ele se torna líder de um navio pirata. Hasteada no mastro, a bandeira negra composta por um crânio de caveira com os ossos cruzados servia tanto para aterrorizar os tripulantes dos demais navios como para representar o código de conduta daquela embarcação em combate.

Para compreender o que representa aquela bandeira hasteada nos navios piratas, é necessário que os receptores:

- (A) interpretem o signo;
- (B) compreendam a língua;
- (C) descartem o meio como mensagem;
- (D) minimizem o ruído comunicativo;
- (E) codifiquem a mensagem.

**43**

Foi encomendado à área de Comunicação Organizacional Integrada de uma empresa do setor de bebidas determinado formato de anúncio. O objetivo é reposicionar a marca no mercado. A peça será veiculada em rádios comerciais FM, em âmbito nacional. Um conhecido cantor de música sertaneja será, portanto, contratado para entoar uma melodia especialmente criada para valorizar os conceitos da marca.

O formato de anúncio no rádio que melhor define o planejado é:

- (A) spot;
- (B) jingle;
- (C) vinheta;
- (D) slogan;
- (E) testemunhal.

**44**

A direção da empresa lançou um projeto de um ano de duração no qual a assessoria de comunicação social editará uma revista, com distribuição gratuita, periodicidade trimestral, destinada aos *stakeholders*. A tiragem será de 2.000 exemplares por edição e não haverá publicidade. A orientação recebida foi a de produzir a publicação com 52 páginas e *layout* que remeta às revistas de atualidades e de informação nacionais. Ao analisar detidamente o projeto, o assessor de comunicação se deparou com um problema. Por uma margem mínima, o orçamento disponibilizado para impressão não é suficiente para custear a revista no formato de 25 cm x 30 cm, pretendido pela direção.

Nesse caso, o mais factível, sem alterar em demasiado o projeto, será:

- (A) adotar o formato das revistas em quadrinhos, que apresentam metade da medida mais comum, para compensar a redução do tamanho com aumento do número de páginas;
- (B) utilizar couchê de alta gramatura na capa e papel jornal no miolo;
- (C) suspender todo o processo de produção da revista até que se levantem os recursos necessários;
- (D) reduzir o formato da revista para 20,2 cm x 26,6 cm, tendo em vista que a medida representa melhor utilização do papel e menor custo;
- (E) manter o formato de 25 cm x 30 cm e reduzir a tiragem para 500 exemplares por edição.

**45**

Na produção de um videodocumentário sobre os pioneiros da indústria automotiva nacional, o editor se equivocou quando, em imagem frisada, trocou o sobrenome de uma das fontes. Para correção eletrônica do erro, deve-se:

- (A) utilizar o gerador de caracteres no *teleprompter* para reinserir os créditos de modo apropriado;
- (B) alterar a tarja utilizada na identificação do entrevistado;
- (C) inserir nova legenda para identificar a fonte, em *crawl* da esquerda para a direita, sobrepondo as imagens;
- (D) solicitar ao locutor a releitura do trecho com a devida correção do crédito para cobrir imagem como texto em *off*;
- (E) decupar o trecho em que há erro, deletar tarja e inserir nova infografia.

**46**

Uma pequena associação comercial decidiu montar uma *webradio*. Todo o montante de verba alocado para esse fim foi utilizado para a aquisição dos equipamentos e tratamento acústico de ambiente. Será necessário levantar recursos para os gastos fixos tais como pagamento da equipe de produção de conteúdo, registro e manutenção de domínio, plano para tráfego de dados, dentre outros. Desse modo, é necessário refletir sobre os novos modelos de *business* que se apresentam para a radiofonia em transmissões via internet.

Com relação à autossustentação financeira da *webradio*, é importante considerar:

- (A) a ilegalidade do procedimento, uma vez que não é permitida a exploração comercial do serviço de radiofonia digital;
- (B) a migração da publicidade dos meios tradicionais para a internet como fenômeno que, per si, já garante a viabilidade contábil da operação;
- (C) a programação musical, baseada em *hit parades*, como carro-chefe para atrair audiência e, conseqüentemente, anunciantes;
- (D) que as novas plataformas de mídia sonora abarcam sobretudo o público do *velho* rádio, veículo não segmentado por natureza, com potencial de grande alcance geográfico e interatividade;
- (E) os *banners* publicitários no site, links patrocinados, anúncios e prêmios como alguns dos formatos possíveis.

**47**

Uma empresa resolveu investir em *Inbound Marketing* para alavancar suas vendas *online*. Contudo, a partir do momento em que qualquer organização ou pessoa pode ter um perfil em redes sociais, criar um blog ou produzir conteúdo na *internet*, é fundamental se destacar. Essa corrente do *marketing* aposta na relevância e na não imposição do conteúdo transmitido como modo de atração de possíveis consumidores e fortalecimento da marca. É exemplo de *Inbound Marketing*:

- (A) anúncio de 30 segundos ou menos veiculado no youtube, antes da exibição de um clip musical;
- (B) anúncio de sobrecapa que acompanha o jornal impresso;
- (C) imagem estática, com finalidade comercial, inserida por um segundo, durante exibição de filmes ou na programação;
- (D) vinheta dos patrocinadores exibida por determinado canal de televisão ao longo de uma partida de futebol;
- (E) foto postada no Instagram pelo perfil oficial da empresa.

**48**

Para conhecer as métricas gerais de publicação no Facebook, devemos clicar na aba “informações”, localizada na parte superior da página. Ali é possível consultar o número de pessoas atingidas pela publicação, curtidas, compartilhamentos e comentários. Imagine que um editor de livros independente pretenda investir nessa rede social a fim de levantar dados preliminares para uma campanha de divulgação relativa ao lançamento de uma obra. A partir do perfil dos usuários, o objetivo será elaborar estratégias de marketing digital para alavancar as vendas.

Daí se infere que são corretos os dados dispostos para monitoramento:

- (A) na aba “Tipos de publicações”, onde temos as postagens com maior alcance médio e as que geraram maior participação;
- (B) na aba “Curtidas”, onde é possível ver quem “descurtiu” a sua página;
- (C) na seção “Pessoas”, onde podem ser acessados Gênero, Idade, Cor e Idioma;
- (D) nas métricas apuradas a partir de sessenta minutos após a publicação do post;
- (E) na seção “Geral”, onde a real identidade de pessoas envolvidas nas publicações pode ser consultada pelo período de 7 dias.

**49**

Uma menina costuma baixar para seu *smartphone* músicas em mp3, vídeos de seus artistas favoritos e jogos. Certo dia, ao tentar efetuar o *download* de mais conteúdo, a tarefa não pode ser executada, tendo em vista o esgotamento da capacidade física do aparelho. A saída encontrada foi optar por um sistema de armazenamento de dados gratuito em nuvem. Contudo, tal tecnologia, de modo geral, apresenta vantagens e desvantagens, como:

- (A) possibilidade de acessar os dados de qualquer lugar do mundo, a qualquer hora, sem necessidade de instalação de programas; acesso remoto dependente de banda larga e necessidade de compartilhamento de dados com outros usuários do sistema;
- (B) capacidade infinita de armazenamento de dados, de forma gratuita; inviolabilidade das informações é questionável;
- (C) diminuição dos gastos em estruturas físicas de redes locais cliente/servidor e compartilhamento dos arquivos de forma menos funcional; em caso de compra do provedor de serviço de nuvem por outra empresa, haverá prejuízo para o usuário;
- (D) possibilidade de criação, edição e compartilhamento de documentos via dispositivos móveis ou *desktops* com acesso à internet; provedores de serviço que trabalhem com níveis mais simples de criptografia poderão ter a segurança comprometida;
- (E) não há restrição de banda para *uploads* ou *downloads* e sincronização de dados em múltiplos dispositivos; serviços de nuvens podem acarretar perda de dados de arquivos armazenados.

**50**

Um grupo de alunos do curso de jornalismo resolveu criar um blog de notícias no qual disponibilizam, além de textos e imagens, *podcasts*. Um dos programas, relacionado à temática do cinema, apresenta os lançamentos, resenhas de obras e trilhas sonoras extraídas de Cds. O produto digital é atualizado uma vez por semana e tem duração de 60 minutos. Na medida em que a percepção sonora é um elemento de informação importante, os idealizadores do podcast não abrem mão da qualidade do áudio a ser transmitido. Para que não haja perda de qualidade no arquivo comprimido em formato mp3, deveríamos preferencialmente utilizar a seguinte configuração, supondo que todos os ouvintes possuam banda larga com excelente capacidade de taxa de transferência:

- (A) 192kbps de bitrate, 44,1 KHz de sample rate e 16 bits de sample;
- (B) 192kbps de bitrate, 11,025 KHz de sample rate e 8 bits de sample;
- (C) 128 kbps de bitrate, 44,1 KHz de sample rate e 8 bits de sample;
- (D) 24 kbps de bitrate, 22,050 KHz de sample rate e 16 bits de sample;
- (E) 24 kbps de bitrate, 11,025 KHz de sample rate e 16 bits de sample.

**51**

A reportagem *Snow Fall*, publicada pelo *New York Times*, recebeu, em 2013, o prêmio *Pulitzer* de Jornalismo. A partir de técnica de narração jornalística multimídia, foi relatado, de forma pioneira para a época, como uma avalanche matou três dos dezesseis atletas que praticavam *snowboard* nas encostas do vale *Tunnel Creek*, nas montanhas *Cascade*. A reportagem apresentava formato que unia textos, áudios, vídeos, fotos e animações.

Sobre o uso da linguagem multimídia em reportagens jornalísticas, é correto inferir que:

- (A) com a queda de rentabilidade e circulação das publicações impressas, as grandes empresas jornalísticas deverão migrar o conteúdo para a plataforma digital, onde será possível executar rotineiramente o esquema de produção de *Snow Fall*;
- (B) via de regra, a disponibilização gratuita de inventivos conteúdos e formatos multimídia pelos portais das empresas jornalísticas atrairá o público e, conseqüentemente, anunciantes para bancar a dispendiosa produção dessas reportagens;
- (C) a interatividade e a contextualização do acontecimento são formas de resistência à velocidade dos fluxos de informação que tendem a esvaziar os valores das notícias;
- (D) o fato de o usuário poder percorrer um caminho próprio de leitura dos acontecimentos transformou *Snow Fall* em um exemplo icônico de hipertextualidade;
- (E) a elaboração de narrações mais críticas em plataformas digitais vai de encontro aos interesses dos usuários que esperam encontrar, nesses suportes, leituras mais palatáveis.

**52**

Com a finalidade de arrecadar fundos para publicar um livro com fotografias do alvorecer das praias do Rio de Janeiro, uma artista independente lançou uma campanha colaborativa no formato “tudo ou nada”. Empreendedora, ela utilizou as redes sociais para divulgar a campanha que está disponível em site de empresa do ramo. Por se tratar de contrato de *crowdfunding*, financiamento coletivo para projetos, é necessário que:

- (A) os doadores, quando pessoas físicas, declarem à Receita Federal a quantia ofertada;
- (B) a artista possa ficar com o montante recebido, independente de ter atingido a meta de recursos proposta ou não;
- (C) as empresas de financiamento público não cubram qualquer percentual quando se tratar de projeto de cunho social;
- (D) as transações sejam feitas em quaisquer moedas, tais como Euro, Dólar norte-americano ou Libra-esterlina;
- (E) os termos de contrato e de uso estejam em local acessível do site para consulta pelos criadores da campanha e por eventuais doadores.

**53**

O preço de uma revista semanal de variedades é de R\$ 12,00 por exemplar. É de praxe, no mercado editorial, que 50% do preço de capa fique com a editora que publica a obra, 30% com o distribuidor e 20% com o ponto de venda. Supondo que a tiragem seja de dez mil exemplares por edição e que o índice de encalhe seja de 20%, o valor recebido pela editora será de:

- (A) 120 mil reais;
- (B) 96 mil reais;
- (C) 60 mil reais;
- (D) 48 mil reais;
- (E) 28 mil e oitocentos reais.

**54**

A *Cartilha do Censo de 2010 – Pessoas com Deficiências*, elaborada pela Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, foi desenvolvida a partir dos dados coletados em 2010 pelo IBGE. Até então, o último levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística ocorrera no ano 2000. A *cartilha* mencionada apresenta a prevalência dos diferentes tipos de *deficiência* e as características das pessoas que compõem esse segmento da população. Dentre as informações, destacamos que 23,9% da população total do Brasil, isto é, aproximadamente 45 milhões de indivíduos, têm algum tipo de *deficiência* (visual, auditiva, motora e mental ou intelectual). A partir dessa informação e considerando que “a *deficiência* é tema de direitos humanos e como tal obedece ao princípio de que todo ser humano tem o direito de desfrutar de todas as condições necessárias para o desenvolvimento de seus talentos e aspirações, sem ser submetido a qualquer tipo de discriminação” (*Cartilha do Censo de 2010*, pg. 4), infere-se que:

- (A) o primeiro lugar geral obtido pelo Brasil no quadro de medalhas dos jogos paralímpicos, disputados no Canadá, em 2015, resulta do grau de atenção dispendido pelo governo por intermédio de políticas públicas de inclusão;
- (B) o preconceito no Brasil é menor do que em outros países, uma vez que um contingente expressivo da população total se autodeclarou portadora de algum tipo de *deficiência*;
- (C) embora Estados e regiões ofereçam condições de vida diferentes para seus habitantes, a incidência de *deficientes* é distribuída por igual no território nacional;
- (D) a taxa de pessoas com *deficiência* apresentou crescimento no grupo de idade de 65 anos ou mais, desde o último levantamento, pois reflete as mudanças ocorridas na estrutura etária da população total do país;
- (E) a *taxa de atividade*, indicador utilizado para aferir a inserção das pessoas no mercado de trabalho, apresentou, na comparação por gênero, a discriminação social latente na sociedade, já que homens com *deficiência* ocupam menos vagas do que mulheres com *deficiência*.

**55**

De acordo com o IBGE, as mulheres estão tendo, em média, cada vez menos filhos: “de fato, a Taxa de Fecundidade Total (TFT), que era de 6,28 filhos por mulher em 1960 e 5,76 filhos em 1970, passou a 2,38 filhos em 2000 e 1,90 filhos em 2010. Estima-se que em 2014 a TFT esteja em 1,74 filhos e, em 2017, caia para 1,67 filhos, uma taxa comparável à de países como Holanda em 2005 e Canadá em 2009” (Brasil em números, publicado pelo IBGE, volume 22, 2014, pg. 73).

Desse modo, é correto concluir que:

- (A) o esvaecimento da influência religiosa junto à sociedade brasileira e os métodos contraceptivos são capitais no controle da taxa de crescimento populacional;
- (B) o número médio de filhos por mulher esconde contrastes não apenas regionais, mas também diferenciais por cor ou raça, nível de instrução e/ou rendimento;
- (C) a redução da taxa de crescimento da população reflete as políticas de Estado implementadas desde o advento da Nova República, com foco na distribuição de renda, universalização da saúde e saneamento básico;
- (D) a queda da mortalidade infantil fez com que se alargasse a base da pirâmide e passasse a falsa impressão de que as mulheres estão tendo menos filhos;
- (E) as taxas de alfabetização e de empregabilidade da população economicamente ativa têm levado os casais a terem filhos mais tarde, isto é, quando atingem estabilidade financeira.

**56**

Um dos grandes desafios para o setor de Recursos Humanos de redações jornalísticas e agências de comunicação integrada, bem como para os cursos superiores de Comunicação Social no Brasil, é o desenvolvimento das competências profissionais além da especialização funcional. Um exemplo dessa especialização é o caso de um jornalista que se preocupa apenas em fazer uma boa reportagem, sem conhecer os outros setores da empresa - ou mesmo da redação. E o criativo de uma agência de propaganda que desconhece o que faz os setores de atendimento e mídia. Superar os problemas dessa especialização significa superar, na Teoria Geral de Administração, o paradigma:

- (A) sistêmico;
- (B) taylorista;
- (C) humanista;
- (D) neoclássico;
- (E) comportamental.

**57**

O uso da ferramenta “Retorno sobre Investimento” (ROI) para mensurar o resultado do Planejamento Estratégico de Comunicação pode ser considerado:

- (A) correto, desde que seja complementado por indicadores qualitativos;
- (B) correto, porque toda atividade organizacional deve ser avaliada financeiramente;
- (C) correto, desde que cada ação tenha um ROI próprio calculado no processo;
- (D) incorreto, por se tratar de uma forma de mensuração financeira;
- (E) incorreto, porque a comunicação deve ser avaliada de forma qualitativa.

**58**

Empresas japonesas apresentam diferenças significativas em relação aos processos estratégicos e à tomada de decisão, quando comparadas a empresas ocidentais. Em relação à gestão de crises com a opinião pública, é correto afirmar que as empresas japonesas, em relação às norte-americanas e brasileiras, constituem um caso de:

- (A) sucesso, porque apresentam um planejamento estratégico de longo prazo que inclui as políticas de comunicação;
- (B) sucesso, porque as decisões consensuais geram um grande comprometimento entre os tomadores de decisão;
- (C) sucesso, porque a lealdade à empresa facilita a adoção de políticas internas de comunicação integrada;
- (D) insucesso, porque a tomada de decisão lenta é um fator de risco para crises junto à opinião pública;
- (E) insucesso, porque a comunicação não é considerada uma variável estratégica no planejamento de longo prazo.

**59**

Uma empresa necessita atingir um público bastante amplo e disperso, de diversos níveis de escolaridade. As ferramentas de comunicação organizacional integrada mais adequadas para o caso são:

- (A) eventos e divulgação jornalística;
- (B) eventos e publicidade institucional;
- (C) divulgação jornalística e comunicação dirigida;
- (D) publicidade institucional e comunicação dirigida;
- (E) publicidade institucional e divulgação jornalística.

**60**

Os dirigentes de uma empresa com estratégia orientada para o marketing negociam um aporte de capital com um grupo de investidores. Esses investidores desejam comparar os resultados das ações de marketing propostas e, para isso, contratam inicialmente uma pesquisa para detectar:

- (A) *share of mind*;
- (B) *brand equity*;
- (C) *share of heart*;
- (D) *brand awareness*;
- (E) *share of market*.

**61**

Determinado órgão público lança uma campanha publicitária afirmando que seus processos são “ecologicamente corretos” e “com ênfase na sustentabilidade ambiental”. Porém, uma reportagem de jornal traz fatos que desmentem a campanha, mostrando que os processos geram desperdício de recursos e poluição do ambiente. Trata-se de um caso de:

- (A) *greenwashing*;
- (B) *green accounting*;
- (C) *green compliance*;
- (D) *ambiental lying*;
- (E) *ambiental compliance*.

**62**

O *design thinking* é um processo que vem sendo empregado em diversas empresas para a geração de ideias. O nome “design” se relaciona com uma série de características do pensamento criativo, entre elas:

- (A) formalismo, ênfase na imagem e separação de informações;
- (B) formalismo, ênfase no texto e informações agrupadas;
- (C) intuição, ênfase na imagem e informações agrupadas;
- (D) intuição, ênfase no texto e separação de informações;
- (E) intuição, ênfase na imagem e separação de informações.

**63**

Para o publicitário Jens Olesen, um dos maiores nomes da propaganda brasileira nas últimas décadas, a principal função da área de Atendimento em uma agência é realizar prospecção.

A atividade que exemplifica melhor a prospecção é:

- (A) estudar clientes de outras agências que estejam sendo atendidos de forma ineficiente;
- (B) divulgar os casos de sucesso e os prêmios recebidos pela agência em veículos especializados de comunicação;
- (C) divulgar os principais profissionais da agência para o mercado, utilizando da comunicação boca a boca;
- (D) divulgar o nome e o posicionamento da agência para clientes não atendidos pela concorrência;
- (E) estudar os clientes atuais para descobrir novas oportunidades de produtos e serviços de comunicação.

**64**

Um anunciante lançou uma campanha publicitária na televisão, com uma série de anúncios veiculados durante dois meses em Minas Gerais, estado que conta com aproximadamente 20 milhões de habitantes. O relatório de mídia indicou que a campanha, que não foi divulgada fora do estado, atingiu “40 milhões de telespectadores”.

Essa informação no relatório é considerada:

- (A) factível, porque se refere ao GRP;
- (B) factível, porque se refere à audiência líquida;
- (C) factível, porque existe uma audiência secundária;
- (D) irreal, porque a audiência foi maior que o público-alvo;
- (E) irreal, porque não aborda a audiência bruta.

**65**

Uma instituição pública deseja realizar uma pesquisa para descobrir novas ideias de presidentes das maiores empresas das principais cidades de Minas Gerais. A metodologia mais eficaz para essa pesquisa é:

- (A) painel;
- (B) *Focus group*;
- (C) pesquisa instantânea;
- (D) entrevista em profundidade;
- (E) questionário autoperenchido.

**66**

Para a veiculação de uma campanha de comunicação que tem como objetivo alcançar públicos locais e segmentados, fortalecendo o relacionamento com eles, gerenciando custos reduzidos e dispondo de flexibilidade para a produção, o meio mais adequado é o(a):

- (A) jornal;
- (B) revista;
- (C) rádio;
- (D) televisão;
- (E) mídia exterior.

**67**

Uma agência de desenvolvimento estadual pretende realizar uma ação promocional para levar grandes empresários a conhecer melhor pequenos fornecedores, para estabelecer novas parcerias. A ação promocional mais adequada é a:

- (A) elaboração de um *mailing list*;
- (B) divulgação em catálogos comerciais;
- (C) realização de uma entrevista coletiva;
- (D) organização de uma feira para os empresários;
- (E) criação de uma marca específica para a promoção.

**68**

O papel do CONAR na autorregulamentação da propaganda brasileira é considerado:

- (A) eficaz, porque conta com suporte das agências governamentais de comunicação;
- (B) eficaz, porque a maior parte dos processos resulta em alteração ou suspensão dos anúncios;
- (C) ineficaz, porque julga processos sem normas prévias sobre o que pode ser veiculado;
- (D) ineficaz, porque o mercado publicitário desconsidera as ações do Conselho;
- (E) ineficaz, porque a burocracia excessiva inibe a abertura de processos no Conselho.

**69**

Uma agência de propaganda planeja utilizar em uma campanha um apelo racional que enfoque os benefícios de um produto e o seu diferencial da concorrência.

A melhor técnica a ser utilizada é:

- (A) USP;
- (B) *teaser*;
- (C) *slice of life*;
- (D) testemunho;
- (E) demonstração.

**70**

Para a diagramação de uma página, o uso de tabulações do editor de texto auxilia a aplicação do princípio de:

- (A) oposição;
- (B) contraste;
- (C) repetição;
- (D) alinhamento;
- (E) proximidade.

## Discursiva

---

A Codemig contratou um novo gerente de Comunicação Organizacional Integrada, com o objetivo principal de selecionar novos profissionais e implantar processos com objetivos de curto, médio e longo prazos. As duas ações devem levar em conta o histórico recente da empresa, seus objetivos estratégicos e seu papel para o desenvolvimento do estado de Minas Gerais.

### 1

Descreva o perfil de três profissionais de Comunicação Social considerados para integrar a gerência de Comunicação Organizacional Integrada, descrevendo a habilitação de Comunicação Social necessária para cada um, o porquê dessa escolha, a experiência profissional e as principais funções de cada um na Codemig.

Responder a questão em, no máximo, 60 (sessenta) linhas.

### 2

Elabore três ações de Comunicação Organizacional Integrada para a Codemig, visando, respectivamente, objetivos de curto, médio e longo prazos. Para cada uma, explique os objetivos específicos, o prazo esperado para retorno das ações, os recursos requeridos e as principais etapas para execução.

Responder a questão em, no máximo, 60 (sessenta) linhas.

# Rascunho

# Rascunho

# Rascunho

# Rascunho

# Rascunho

# Rascunho

Realização

