



# **CADERNO DE PROVA**

## **GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**DATA DA PROVA 15/06/2023**

**PROCESSO SELETIVO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS DE ESTÁGIO  
REMUNERADO EM NÍVEL DE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO DO  
MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ.**

### **PROVA**

Este Caderno de Prova foi aplicado na modalidade on-line, contendo 50 (cinquenta) questões objetivas.

### **INFORMAÇÕES GERAIS**

Prova aplicada conforme requisitos de segurança dispostos no Edital do Certame e no ambiente virtual.

## PROVA DE GRADUAÇÃO – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

### LÍNGUA PORTUGUESA

#### Uma doença milenar

A hanseníase é descrita em tratados de Medicina da Índia do século 6 a.C. Ela também aparece em diversas passagens do Novo Testamento da Bíblia, ainda com o nome pelo qual era conhecida no passado: lepra.

No Evangelho de Marcos, por exemplo, há uma passagem em que um "leproso" se aproxima de Jesus Cristo e pede para ser curado. "E Jesus, movido de compaixão, estendeu a mão, tocou-o [...] Logo a lepra desapareceu e [ele] ficou limpo", diz o texto.

Na Europa, durante a Idade Média, indivíduos com a doença eram expulsos das cidades e obrigados a andar com um sino para anunciar a passagem. Muitos eram internados nos "leprosários" ou "lazaretos", instituições que continuaram (e continuam) a existir em muitos lugares — inclusive no Brasil.

Em suma, a hanseníase é causada pela bactéria *Mycobacterium leprae*. Ela é transmitida por meio de gotículas de saliva e do contato próximo e frequente com um indivíduo infectado. Esse micro-organismo tem uma preferência pelos lugares mais frios do corpo — como cotovelos, joelhos, pés e lóbulos da orelha —, onde há uma menor circulação de sangue. Ele costuma se esconder nos nervos periféricos, que ficam logo abaixo da pele, e podem permanecer ali por anos ou décadas antes de manifestar qualquer sintoma.

"Cerca de 90% da população consegue se defender bem do patógeno. Mas há 10% que, por uma questão de imunidade, vão desenvolver a doença", estima o médico Egon Daxbacher, coordenador do Departamento de Hanseníase da Sociedade Brasileira de Dermatologia.

O nome hanseníase, aliás, faz referência ao cientista norueguês Gerhard Hansen, que descobriu o patógeno e o identificou como o causador da moléstia no século 19.

Outra característica marcante da *Mycobacterium leprae* é o tempo que ela leva para se reproduzir: enquanto outras bactérias geram descendentes em 12 ou 24 horas, essa espécie tem uma replicação lenta, que demora até 15 dias. Essa morosidade ajuda a entender uma das características mais marcantes da enfermidade: os anos ou as décadas que ela demora a se manifestar e provocar os efeitos mais graves no organismo.

BIERNATH, André. Por que Brasil é o segundo país com mais casos de hanseníase no mundo. BBC Brasil, 02 de junho de 2023.

Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cjr1gx29421o>. Acesso em: 07 jun. 2023. Adaptado.

1. De acordo com o texto, a hanseníase é uma doença que

- A) era conhecida por outro nome no passado.
- B) se manifesta de maneira rápida nos indivíduos infectados.

## MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ – MPCE PROGRAMA DE ESTÁGIO SELEÇÃO PÚBLICA 2023

- C) só pode ser tratada em "leprosários".
- D) é causada por um vírus.
- E) começou a se manifestar a partir do século 19.

2. No trecho "*E Jesus, movido de compaixão, estendeu a mão, tocou-o [...] Logo a lepra desapareceu e [ele] ficou limpo*" (2º parágrafo), as aspas duplas foram empregadas para indicar

- A) palavras utilizadas com ironia.
- B) o título de um capítulo bíblico.
- C) palavras de origem estrangeira.
- D) palavras utilizadas de maneira informal no texto.
- E) um trecho retirado diretamente de outro texto.

3. A palavra *hanseníase* recebe o acento gráfico porque é

- A) oxítone terminada em E.
- B) paroxítone terminada em ditongo.
- C) proparoxítone.
- D) monossílabo tônica.
- E) monossílabo átona.

4. A palavra "morosidade", empregada no último parágrafo do texto, pode ser substituída, sem prejuízo de sentido ao contexto, por

- A) moradia.
- B) lentidão.
- C) sensação.
- D) vagueza.
- E) moralização.

5. As palavras "moléstia" e "patógeno", empregadas durante o texto, referem-se

- A) às instituições de tratamento da hanseníase e à bactéria que causa tal doença.

B) ao capítulo bíblico que menciona a hanseníase e ao cientista que estudou essa doença no século 19.

C) à doença de nome *hanseníase* e à bactéria que a causa.

D) às instituições de tratamento da hanseníase e ao capítulo bíblico que menciona tal doença.

E) ao cientista que estuda essa doença, no século 19, e à doença de nome *hanseníase*.

6. Assinale a alternativa cujo verbo grifado está conjugado no presente do indicativo.

A) Às duas horas da manhã, o avião **decolará** de Guarulhos.

B) **Fariamos** uma viagem para Acapulco, mas o pacote de viagem mais econômico esgotou.

C) **Saiba** que nós nunca nos esqueceremos da grande ajuda que você nos deu aqui.

D) No fim das contas, **fiquei** doente de tanto trabalhar sem descanso.

E) Sempre que vou à feira de frutas, **compro** goiabas vermelhas.

7. Em qual das sentenças abaixo foi empregada uma silepse de gênero?

A) Só sei que choramos muito quando a trilogia dos livros chegou ao final, este que, inclusive, foi maravilhoso!

B) O Curupira e o Saci são dois dos personagens folclóricos brasileiros que já foram retratados em séries de televisão.

C) A ameixa é uma fruta bastante consumida, em sua forma natural ou seca, durante as festas de fim de ano.

D) Permita-me dizer que Vossa Excelência está enganado quanto à pertinência deste projeto de lei, senhor governador.

E) Os lábios de Luísa finalmente encontraram os de seu tão amado Rodrigo, um dos funcionários da empresa de reciclagem.

8. Na frase "Bons olhos que te vejam, e que os maus curados sejam.", a classe de palavras a que pertence a palavra "Bons" é a dos(das)

A) substantivos.

B) adjetivos.

C) preposições.

D) pronomes.

E) verbos.

9. Assinale a alternativa em cuja frase a preposição empregada entre os colchetes NÃO está de acordo com a que a palavra grifada exige.

A) Maíra não deu a devida **importância** [POR] seu emprego.

B) Muitas famílias brasileiras **carecem** [DE] recursos básicos, como alimentos.

C) Por gentileza, **assentem**-se [EM] locais mais próximos da tela de chamada de exames.

D) Clóvis é muito **apaixonado** [POR] sua profissão de escritor.

E) Ultimamente os insetos têm se mostrado **insensíveis** [A] inseticidas.

10. Assinale a alternativa que apresenta uma oração adversativa.

A) Douglas arrumou suas malas e deixou seu cachorro num hotel para pets.

B) Ou você me fala quem comeu meu pedaço de bolo, ou eu como o seu pedaço!

C) Queria muito ir ao cinema no fim de semana, porém não tenho dinheiro.

D) Juliana precisa levar um casaco para o trabalho, porque lá faz muito frio.

E) Cristina estudou pouco para as provas finais, portanto ela terá mais dúvidas nas questões.

11. Qual das frases abaixo é formada por uma oração sem sujeito?

A) Sumiram minha caneta favorita!

B) Os estudantes do Ensino Médio têm muitas demandas além da escola.

C) A calopsita do vizinho fugiu durante a madrugada.

D) Choveu forte ontem na minha cidade.

E) Enfrentamos diversos problemas durante a vida acadêmica.

12. A função fática da linguagem se faz presente em qual dos trechos abaixo?

A) A vacinação tem tido cada vez menos adeptos com o passar dos anos.

B) Alô? Tudo bem? Está me ouvindo bem? Preciso tirar uma dúvida...

C) Meu amor, você não faz ideia do quanto ter você ao meu lado me faz feliz!

D) Últimos dias de promoção! Não perca essa oportunidade e venha aproveitar nossos preços!

E) Revisar um texto vai muito além de correção de ortografia e de elementos da gramática.

13. Leia o fragmento a seguir.

"Milkau cumprimentou, tirando cortesmente o chapéu; o homem lá no alto correspondeu, erguendo indolente o sombreiro de palha. O dono da fazenda, de pés nus, calça de zuarte, camisa de chita sem goma, parecia, com a barba branca, muito velho, atestando na alvura da tez a pureza da geração. A fisionomia era triste, como se ele tivesse consciência de que sobre si recaía o peso do descalabro da raça e da família; o olhar, turvo, apagado para os aspectos da vida como o de um idiota; o esgotamento das suas faculdades, das emoções e sensações era completo e o reduzira a uma atitude miseranda de autômato. Mas, ainda assim, ele representava a figura humana, a mesma vida superior envolta na queda das coisas, arrastada na ruína geral."

ARANHA, Graça. *Canaã*. Disponível em:  
<http://ibamendes.org/Canaa%20-%20Graca%20Aranha%20-%20IBA%20MENDES.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2023.

O tipo textual predominante nesse fragmento é o

A) expositivo.

B) argumentativo.

C) injuntivo.

D) narrativo.

E) descritivo.

14. Leia o texto abaixo.



BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer. *Pare de fumar, recupere seu fôlego*. Dia Mundial sem Tabaco, 2022. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/campanhas/dia-mundial-sem-tabaco/2022/pare-de-fumar-recupere-seu-folego>. Acesso em: 08 jun. 2023.

Analisando-se suas características, pode-se afirmar que o texto apresentado pertence ao gênero

A) reportagem.

B) campanha comunitária.

C) notícia.

D) charge.

E) anúncio classificado.

15. Na sentença *Um em cada cinco jovens brasileiros não estuda nem trabalha, diz IBGE* (CNN Brasil, 07/06/23), a voz verbal em que se encontram os verbos "estudar" e "trabalhar" é a

A) ativa.

B) passiva analítica.

C) passiva sintética.

D) reflexiva simples.

E) reflexiva recíproca.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. O conceito de *Comunicação* foi se modificando ao longo do Séc. XX, quando, em seus primórdios, ainda era muito ligado a ideia de transmissão de informações, algo vinculado com os eminentes meios de comunicação de massa. No entanto, a comunidade científica social desenvolveu os seus fundamentos e hoje a Comunicação tem uma percepção conceitual ampliada. Analise as afirmações a seguir.

Quando um indivíduo comunica algo a alguém, a mensagem comunicada tornar-se comum somente ao receptor e seu entorno,

PORQUE

é justamente o sentimento de partilha que define a comunicação, é construir com o outro um entendimento comum sobre algo.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E) ambas as afirmativas estão erradas.

17. Analise a charge abaixo.



Ela faz uma analogia crítica de nosso atual comportamento a partir de qual Teoria de Comunicação?

- A) Agenda Setting.
- B) Behaviorismo.
- C) Estudos Culturais.
- D) Interacionismo Simbólico
- E) Teoria Crítica.

18. O processo de comunicação está integrado em uma série de componentes. Assinale a correlação CORRETA entre o componente e sua descrição.

- A) Código: sistema de referência.

B) Contexto: a informação em si.

C) Emissor: quem interpreta.

D) Mensagem: suporte que transmite.

E) Receptor: quem elabora a mensagem.

19. Leia as afirmações abaixo sobre as premissas do Interacionismo Simbólico.

- I. As pessoas interagem umas com as outras por meio de reações e respostas às ações um do outro;
- II. O modo como um indivíduo interpreta os fatos e age perante outros indivíduos ou coisas depende do significado (ou significados) que ele atribui a esses outros indivíduos e coisas;
- III. O significado, porém, é resultado dos (ou é construído a partir dos) processos de interação social;
- IV. Os significados podem sofrer mudanças ao longo do tempo.

Assine a opção que indique as afirmativas verdadeiras:

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

20. Leia as afirmativas abaixo.

A sociologia da comunicação pode ter seu estudo voltado para o processo interativo que envolve o intercâmbio de símbolos e significantes,

PORQUE

o processo através do qual um conjunto de significados se transforma em uma mensagem é transferido para uma ou mais pessoas de tal maneira que o significado seja equivalente à interação dos iniciadores da mensagem.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.

D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.

E) ambas as afirmativas estão erradas.

---

21. Desde o aparecimento de novas tecnologias, a preocupação dos estudos sociais sobre os meios de comunicação aumentou. Por outro lado, os meios de "comunicação de massa" mais tradicionais, como o Rádio e a Televisão, presente na vida de quase todos os indivíduos, continuam a funcionar como um tipo de instrumento. De acordo com a Sociologia da Comunicação, que tipo de instrumento é esse?

A) Conscientização.

B) Controle Social.

C) Educação.

D) Entretenimento.

E) Informação.

---

22. O teste de Turing tem uma premissa básica: se um ser humano conversa com uma máquina por cinco minutos sem perceber que ela não é humana, o computador passa no teste. Inventado em 1950 pelo cientista da computação pioneiro Alan Turing, o teste formou as bases do que chamamos hoje de IA (Inteligência Artificial) ao perguntar se era possível uma máquina imitar o pensamento humano. No Teste de Turing, o computador ocupava a posição tanto do meio pelo qual interlocutores humanos trocam mensagens e também como um dos participantes com quem (ou com o que) o outro está engajado nesses intercâmbios interativos. Apesar disso, os estudos de comunicação pouco se interessaram e pouco abordaram essa questão. Qual o aspecto mais importante neste momento que as IA interfere diretamente na atividade jornalística?

A) a tecnologia como nada mais, do que uma ferramenta de atividades humanas.

B) computadores são meros instrumentos de ações comunicativas, pelo qual, humanos se comunicam entre si.

C) não há distinção, entre a comunicação *por meio* do computador, da comunicação *com* o computador.

D) o modelo básico, da teoria matemática da comunicação, continua sendo o mais relevante.

E) uma máquina, não é só um meio de atividade humana, mas também pode ser um participante em interações comunicativas.

23. Leia a notícia em seguida:

**Inteligência artificial, nova fronteira ou túmulo para o jornalismo?**

A inteligência artificial aperfeiçoará o jornalismo ou acabará substituindo seus trabalhadores? Como em muitas outras profissões, os algoritmos capazes de realizar tarefas complexas em velocidade surpreendente representam um desafio desconhecido. (...)

"A inteligência artificial vai revolucionar o jornalismo e a indústria midiática, apoiando ou substituindo" o jornalista, afirmou o líder do grupo Mathias Döpfner, em e-mail enviado a todos os trabalhadores. Outros jornais, como o britânico The Guardian, já publicaram artigos inteiramente escritos pelo ChatGPT, a título de exemplo. (Agência ACP)

Leia as afirmativas:

particularmente, é a comunicação que fornece à ciência da IA seus casos de testes definidores e evidências experimentais,

PORQUE

o desenvolvimento recente de máquinas autônomas, de algoritmos capazes de aprendizado e de sistemas inteligentes introduz novos desafios e oportunidades para a prática do jornalismo.

Marque a opção CORRETA:

A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.

B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.

C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.

D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.

E) ambas as afirmativas estão erradas.

---

24. Imagem e Reputação são coisas diferentes para uma empresa. Marque a opção com a nomenclatura e definição CORRETA.

A) A imagem pode ser vista como um formato de consolidação da reputação.

B) A reputação é fruto de consistência nas ações, valores e diretrizes.

C) Imagem é uma coleção de impressões colhidas pelos stakeholders de uma empresa.

D) Imagem se forma com o tempo.

E) Reputação é pontual.

---

25. Leia as afirmativas abaixo sobre Reputação Corporativa.

A reputação corporativa não está sob total domínio do negócio ou de seus proprietários,

PORQUE

ela está espalhada pelos ambientes em que está presente, sejam internos ou externos.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E) ambas as afirmativas estão erradas.

---

26. De um modo muito generalista, pode dizer-se que a Comunicação de Crise diz respeito à gestão estratégica dos fluxos de mensagens entre uma empresa/instituição e os seus diversos públicos numa situação adversa (ex. acidentes operacionais, desastres naturais, diferendos laborais, fugas de informação, contenciosos judiciais ou emergências de saúde públicas).

Leia as afirmativas:

- I - É preciso superintender, com um cuidado acrescido, os fluxos de comunicação em ambiente de instabilidade;
- II - O planejamento de estratégias e ações de comunicação visam maximizar os efeitos da situação e não a combater;
- III - Em contextos dinâmicos, sabe-se que os cenários são sempre previsíveis;
- IV - Seja qual for a origem da adversidade, a comunicação de crise deve estancar o fluxo de comunicação.

Assine a opção que indica as afirmativas verdadeiras:

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

D) II, III e IV.

E) II e III.

---

27. Em um Gabinete de Crise, qual é o papel do profissional de comunicação?

- A) Aconselhar a gestão de topo.
- B) Dar a palavra final quanto às medidas resolutive da crise.
- C) Gerir os fluxos de comunicação apenas ao público externo.
- D) Homogeneizar as comunicações para os diferentes públicos.
- E) Restringir o *feedback* das comunicações para não ampliar a crise.

---

28. Na definição de um público-alvo, o processo passa por classificá-los por alguns fatores para então estabelecer uma segmentação. Marque a opção que tenha a CORRETA denominação e sua característica.

- A) Ambientais: estilos de vida, atitudes.
- B) Comportamentais: sensibilidade a preço.
- C) Demográfico: potencial do seu mercado (países, regiões, cidades, bairros).
- D) Geográfico: dados quantitativos, como idade, sexo, renda.
- E) Psicográfico: hábitos de consumo.

---

29. Para realizar uma estratégia de marketing bem-feita e completa, é necessário considerarmos o Composto de Marketing, formado por cinco elementos essenciais. Marque a opção que NÃO corresponde a um desses cinco elementos.

- A) Percepção.
- B) Pessoas.
- C) Praça.
- D) Preço.
- E) Promoção.

30. A publicidade e as promoções de venda são importantes ferramentas para o marketing. No entanto, nem todas as suas características são semelhantes. Leia as afirmativas em seguida.

I - A Promoção de Vendas cria uma necessidade de compra imediata;

II - A Publicidade é concebida para influenciar favoravelmente as expectativas;

III - A Promoção de Vendas visa mudar atitudes dos clientes a longo prazo;

IV - A publicidade visa mudar atitudes dos clientes a curto prazo.

Assine a opção que indica as afirmativas verdadeiras:

A) I, II, III.

B) I, III e IV.

C) I e II.

D) II, III e IV.

E) II e III.

31. O que é **netnografia**?

A) Estudos sobre os impactos sensoriais da internet.

B) Ferramentas de metrificação das redes sociais.

C) Metodologia de pesquisa sobre *streamings*.

D) Pesquisas sobre culturas e comunidades online.

E) Tipologias para uso em plataformas e sites.

32. A coleta de dados corresponde ao levantamento das informações necessárias para a realização da pesquisa de marketing. Esse esforço envolve a coleta de dados secundários e primários. Marque a opção CORRETA que corresponda o tipo de dado e sua fonte.

A) Dado Primário: fontes governamentais (federal, estadual, municipal).

B) Dado Primário: sites na internet, jornais, revistas, associações de classe, entre outras.

C) Dado Secundário: banco de dados interno.

D) Dado Secundário: entrevistas realizadas no ponto de venda.

E) Dado Secundário: teste clínico (experimentação ou degustação).

33. Sobre a Definição da Amostra em uma pesquisa de marketing, marque a opção CORRETA:

A) A amostra é uma parcela da população a partir de um universo que será definido em campo.

B) Numa pesquisa de amostragem, quanto maior for a população, menor será o tamanho da amostra.

C) Numa pesquisa de amostragem, quanto menos variada é a população, maior é a amostra necessária.

D) Na pesquisa quantitativa, a pesquisa por amostragem utiliza conceitos subjetivos.

E) Na pesquisa qualitativa, o critério da amostra é a identificação do perfil do público-alvo a ser pesquisado.

34. As entrevistas são importantes instrumentos de pesquisa. Marque a opção CORRETA de uma boa maneira de se produzir perguntas:

A) A redação precisa ser complexa e extensa, com detalhes.

B) Comece com uma pergunta que capte o interesse.

C) Faça perguntas embaraçosas em primeira pessoa.

D) Incentive o entrevistado a fazer cálculos.

E) Use termos técnicos e palavras em outros idiomas.

35. Para uma eficiente Comunicação Empresarial, sabe-se que a gestão e a comunicação não devem andar separadas. Leia as afirmações em seguida.

Comunicar é muito mais que elaborar um texto primoroso, um *layout clean* e atrativo para alcançar as metas de mercado,

PORTANTO,

a retórica da comunicação empresarial só se sustenta quando há uma diversidade de opiniões sobre a mesma temática representando a empresa.

Marque a opção CORRETA:

A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.

- B)** a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C)** ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D)** ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E)** ambas as afirmativas estão erradas.

**36.** Entre os primeiros passos essenciais para estruturar a comunicação empresarial está o estudo e o entendimento aprofundado dos cenários, ou seja, o macro e o microambiente. Marque a opção CORRETA que represente um exemplo de **microambiente**:

- A)** ambiente interno.
- B)** fatores ambientais.
- C)** fatores socioculturais.
- D)** legislação pertinente.
- E)** tecnologia.

**37.** A Comunicação Integrada abrange alguns segmentos corporativos.

- I. Institucional: dialoga com funcionários, motiva e engaja;
- II. Administrativo: representa as mensagens de cunho operacional e do cotidiano;
- III. Mercadológico: interface com o marketing e produtos;
- IV. Interno: que cuida da imagem e reputação.

Assine a opção que indique as afirmativas corretas que correspondam segmento e sua descrição:

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

**38.** Sobre Comunicação Integrada, leia as afirmativas a seguir.

O planejamento da comunicação integrado aos esforços de marketing deve ser restrito a orientar e definir a estratégia de comunicação dentro do ambiente corporativo,

PORQUE

é preciso integrar toda a comunicação da empresa, alinhando-a a seus objetivos e metas.

Marque a opção CORRETA:

- A)** a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B)** a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C)** ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D)** ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E)** ambas as afirmativas estão erradas.

**39.** Marque a afirmativa CORRETA sobre o que é Identidade Corporativa.

- A)** A filosofia de produtos ou serviços que oferece.
- B)** Conjunto de logotipos da empresa.
- C)** Pseudonormas sobre os signos da marca.
- D)** Tem o objetivo de dotar as empresas de marcas.
- E)** Uma variante da disciplina de design gráfico.

**40.** Leia as atribuições em seguida que se refere ao conceito e as características do *branding* e marque a opção ERRADA sobre sua definição.

- A)** A articulação coerente de todos os signos de identidade.
- B)** Gestão de marca.
- C)** Identidade visual.
- D)** Posicionamento emocional com o público.
- E)** Projeto e criação de uma marca.

**41.** Leia as afirmações seguintes.

A Realidade e a Comunicação Corporativa pertencem ao plano objetivo e factual, exteriores à consciência de que deles se tem,

PORQUE

a Identidade e a Imagem Corporativa são construções ou representações idealizadas, pertencentes ao campo da subjetividade do que se crê que sejam.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E) ambas as afirmativas estão erradas.

42. Marque a opção CORRETA de como a Comunicação Organizacional, *em e das* organizações, deve ser entendida:

- A) com projeção apenas para o interior da companhia.
- B) configurar-se como de maneira de construção de cultura e identidade.
- C) desenvolver formas de inter-relação menos participativa.
- D) ser marcada por um estilo impessoal.
- E) uma maneira segmentada, reconhecida apenas por partes de uma empresa.

43. Marque a afirmativa CORRETA que indica um dos fatores que levou ao crescimento de ações de responsabilidade social corporativa por parte das empresas.

- A) Crise de confiança na capacidade do Estado.
- B) Disponibilidade adequada de recursos financeiros para atender as demandas sociais.
- C) Empresas com foco apenas como produtora de bens e serviços.
- D) Estado do bem-estar social com seus serviços de alta qualidade.
- E) O mercado como instrumento ideal para a alocação de recursos.

44. Leia o texto em seguida.

"O paradigma de mercado é unidimensional, pois considera as empresas como importantes atores da sociedade, transformando-as nas principais ordenadoras da vida humana associada. Sustentadas por este paradigma, onde tudo é possível para que o lucro seja atingido, as empresas muitas vezes poluem, matam animais, destroem florestas e, principalmente, prejudicam a potencialidade total do homem.

O que a sociedade tem proposto e exigido, é delimitar as ações das empresas. A chamada responsabilidade social corporativa tem, à primeira vista, esta intenção. A delimitação social das empresas, por meio da cobrança de ações de responsabilidade social tem o grande mérito por alertar a sociedade das práticas empresariais nem sempre justas". (Jocimari Tres Schroeder e Ivanir Schroeder, 2004)

Leia as afirmações a seguir, em complemento ao texto anterior:

a comunidade em geral pode tornar-se bastante tolerante aos abusos cometidos por uma empresa que financia hospitais, eventos culturais, ecológicos e sociais de modo geral,

DESTA MANEIRA,

ao invés da responsabilidade social corporativa delimitar o poder das empresas, pode acabar ampliando-o, quando se torna mais um meio da empresa justificar determinadas situações ou imposições.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.
- C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.
- D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.
- E) ambas as afirmativas estão erradas.

45. Marque a opção CORRETA que corresponda ao nome e sua definição da ferramenta de comunicação on-line:

- A) Blog: arquivo digital de vídeo ou áudio, distribuído regularmente, passível de reprodução atemporal.
- B) Podcast: publicação, veículo ou site com reunião de informações e comentários.
- C) Meme: mensagem indesejada e não solicitada, recebida por meios eletrônicos.

D) Spam: vídeo, imagem, frase, ideia, música que prolifera de maneira autônoma, viralizando.

E) Wiki: conceituação de comunicação que valoriza e incentiva o trabalho corporativo.

---

46. Redes sociais como o Facebook, Twitter, MySpace são, por definição:

- A) blogs de conteúdos pessoais.
- B) ferramentas wikis.
- C) plataformas de referências.
- D) repositórios de currículos.
- E) veículos de partilha de informação.

---

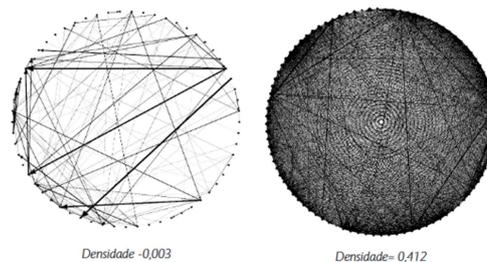
47. A Análise de Redes Sociais (ARS) utiliza, principalmente, medidas que auxiliam o pesquisador a compreender a estrutura da rede e o papel de suas várias partes no fenômeno que deseja observar. Essas medidas podem ser divididas em métricas de rede inteira e métricas de nó.

Assinale a opção CORRETA que descreva a característica dessas métricas.

- A) Métrica de nó: avalia modularidade que auxilia na identificação de subgrupos dentro de um grande grupo.
- B) Métrica de nó: obtém perspectivas sobre o quão conectada é a rede analisada.
- C) Métrica de rede inteira: mede a densidade no quão conectado um determinado grafo é/está.
- D) Métrica de rede inteira: mede o grau de entrada, o número de conexões que um determinado ator recebe.
- E) Métrica de rede inteira: visa compreender características individuais e de sua posição na rede.

---

48. Analise as figuras em seguida:



Nas figuras, vemos o exemplo de uma rede bastante densa (à direita) e uma rede pouco densa (à esquerda). Observamos essa diferença visualmente antes de vê-la numericamente. Essa diferença de densidade tem impacto na rede. Leia as afirmativas abaixo.

- I. No grafo mais denso há menos chances de uma determinada informação circular;
- II. No grafo menos denso há menos chances de uma determinada informação circular;
- III. A densidade pode estar relacionada com a presença de atores com muita participação;
- IV. Normalmente, para se avaliar a densidade, é preciso compará-la com redes semelhantes.

Assine a opção que indique as afirmativas corretas que correspondam segmento e sua descrição:

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

---

49. Há várias limitações no uso de Análise das Redes Sociais (ARS). Leia as afirmativas a seguir.

A principal limitação às métricas utilizadas pelas ARS está relacionada ao fato de que sistemas complexos são reduzidos à sua estrutura e analisados a partir dela,

PORQUE

há métodos possíveis para que pesquisadores das áreas que tradicionalmente não trabalham de modo tão empírico e com tantos dados (como é o caso da Comunicação) possam se munir de modos de análise e compreender elementos mais amplos.

Marque a opção CORRETA:

- A) a primeira afirmativa está correta e a segunda errada.
- B) a primeira afirmativa está errada e a segunda correta.

C) ambas as afirmativas estão corretas e a segunda justifica a primeira.

D) ambas as afirmativas estão corretas, mas a segunda não justifica a primeira.

E) ambas as afirmativas estão erradas.

---

50. Marque a opção correta da denominação dos produtos Adobe e sua finalidade:

A) Illustrator: editor de imagens, ilustrações e artes.

B) InDesign: criação e publicação de layouts para impressão e publicação digital.

C) Photoshop: criação de ilustrações e artes vetoriais.

D) Stock: para edição de vídeos e filmes com qualidade profissional.

E) Premiere Pro: repositório de imagens, ilustrações e vídeos.

---