



**MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA**

CADERNO DE PROVA RELAÇÕES PÚBLICAS

DATA DA PROVA 28/03/2025

PROCESSO SELETIVO DO PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO, GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA.

PROVA

Este Caderno de Prova foi aplicado na modalidade on-line, contendo 30 (trinta) questões objetivas.

INFORMAÇÕES GERAIS

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

LÍNGUA PORTUGUESA

**AS QUESTÕES DE 01 A 10 SE REFEREM AO TEXTO
A SEGUIR.****Sensibilidade e ação**

O momento desafia: agir ou seguir no cômodo conforto do nada. Normalizar situações e assistir, como mero espectador situações que se pode interferir, deve fazer parte da mudança de perspectiva de vida

Renata Giraldi|17/02/2025

Mal começamos o ano e a vida já apresenta desafios. Não são poucos. Às vezes, bem próximos de nós, outros mais distantes. Quando está longe, fica mais fácil fingir que não se veem ou simplesmente que não existem. É a velha máxima que guia muita gente: "Não se envolva"; "Não te mete". Mas tudo ou quase tudo gira em torno de um único tema: sensibilidade. O Brasil, assim como o mundo, caminha para situações em que o olhar das pessoas é colocado à prova sobre agir ou ficar parado. A confortável posição de espectador deve ser revista porque apenas acompanhar os fatos sem se posicionar nem agir está praticamente impossível.

No mundo, duas grandes guerras se apresentam com centenas de vítimas, fora os conflitos isolados em países que pouco **TEM / TÊM** a atenção da imprensa. Ao olhar para o Oriente Médio, lá estão israelenses e palestinos, povos primos e que divergem historicamente, enquanto russos e ucranianos, irmãos no passado, seguem para três anos ininterruptos de total falta de paz.

Apenas os insensíveis conseguem acompanhar essas situações sem imaginar as famílias destruídas, as casas demolidas, a ausência absoluta de perspectivas para crianças e jovens que estão começando a vida. Nos altos escalões, líderes discutem "soluções" em que a arrogância e a pretensão se **SOBREPÕE / SOBREPÕEM** ao que realmente interessa. Assim, mais uma vez, prioridades, como comida, saúde, educação e segurança, **É DEIXADO / É DEIXADA / SÃO DEIXADOS / SÃO DEIXADAS** de lado.

Guerras, confrontos armados, não podem ser regra numa vida. Inacreditável imaginar que há quem diga que determinados povos "se acostumaram" a viver assim. Não. Ninguém se acostuma. Não há mãe nem pai que queira que seu filho ou sua filha lute numa guerra. Aceita, porque as circunstâncias obrigam, mas querer? Impossível.

No nosso Brasilzão, as exceções são celebradas com destaque e manchete. É o trabalhador rural que, depois de anos, consegue ser aprovado para medicina numa universidade renomada. O idoso, que, aposentado, finalmente faz a faculdade dos sonhos. A mulher em situação de rua que reconstruiu a vida. Como assim? Todos deveriam ter as mesmas chances e possibilidades. Sensibilidade para compreender que pessoas são submetidas a determinadas circunstâncias não porque querem, mas por não terem outra opção. Sensibilidade para contribuir e fazer com que mude esse cenário.

É importante olhar para si e pensar: o que eu, humildemente, no meu lugar aqui, posso fazer? Seguir no

"nada" ou levantar e colocar a mão na massa? Há mais de meio século, Hannah Arendt alertou sobre o risco da banalidade do mal, da normalização e das ameaças que estão à nossa frente, mas, por conveniência ou puro comodismo, nossa compreensão entende em um outro ângulo. O desconforto de ouvir opiniões diferentes e dos cutucões da vida é fundamental para nos mostrar: a sensibilidade é que nos guia e nos diferencia num planeta cada vez mais hostil.

GIRALDI, Renata. Sensibilidade e ação. *Correio Braziliense*, 17 de fevereiro de 2025.

Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/opinia o/2025/02/7062334-sensibilidade-e-acao.html>.

Acesso em: 19 fev. 2025. Adaptado para esta avaliação.

1. Analise os verbos grafados em letras maiúsculas no segundo e no terceiro parágrafos do texto. Em seguida, assinale a alternativa que identifica a concordância padrão desses verbos no contexto sintático em que ocorrem.

- A) tem | sobrepõem | é deixada
- B) têm | sobrepõe | são deixados
- C) tem | sobrepõe | é deixada
- D) têm | sobrepõem | são deixadas
- E) têm | sobrepõem | é deixado

2. Para além da ideia de modo, o advérbio "mal", que abre o parágrafo introdutório do texto, veicula um sentido de

- A) negação.
- B) causa.
- C) assunto.
- D) lugar.
- E) tempo.

3. Em qual dos trechos a seguir, extraídos do texto, a palavra sublinhada não é um substantivo, dada sua aplicação no contexto?

- A) "Sensibilidade para compreender que pessoas são submetidas a determinadas circunstâncias não porque querem, mas por não terem outra opção."
- B) "A confortável posição de espectador deve ser revista porque apenas acompanhar os fatos sem se posicionar nem agir está praticamente impossível."
- C) "Ao olhar para o Oriente Médio, lá estão israelenses e palestinos, povos primos e que divergem historicamente, enquanto russos e ucranianos, irmãos no passado, seguem para três anos ininterruptos de total falta de paz."
- D) "Há mais de meio século, Hannah Arendt alertou sobre o risco da banalidade do mal, da normalização e das ameaças que estão à nossa frente [...]."
- E) "O Brasil, assim como o mundo, caminha para situações em que o olhar das pessoas é colocado à prova sobre agir ou ficar parado."

4. Com base em sua estruturação de forma e de conteúdo, é possível afirmar que o texto apresentado é um exemplar do gênero

- A) Artigo de opinião.
- B) Resenha crítica.
- C) Editorial.
- D) Carta aberta.
- E) Carta ao leitor.

5. Segundo as informações do texto, a sensibilidade

- A) é compartilhada somente entre famílias dos soldados convocados para conflitos bélicos.
- B) não existe entre as pessoas que vivenciam conflitos bélicos diariamente.
- C) é um sentimento que enfraquece a capacidade humana de tomar decisões importantes.
- D) é parte importante das reuniões dos grupos pertencentes a altos escalões de governo.
- E) tem aparentemente recebido pouca consideração da população brasileira e mundial.

6. Qual é a função das vírgulas que aparecem nos trechos grifados nos dois últimos parágrafos do texto?

- A) Isolar apostos explicativos.
- B) Isolar expressões corretivas e/ou explicativas.
- C) Isolar adjuntos adverbiais intercalados.
- D) Isolar vocativos.
- E) Separar orações coordenadas assindéticas.

7. As aspas duplas aplicadas à palavra "soluções" (3º parágrafo) servem para indicar que tal vocábulo

- A) foi utilizado com intenção conotativa.
- B) faz parte do título de uma obra cultural.
- C) pertence a uma fala indireta de Hannah Arendt.
- D) possui utilização recorrente na linguagem informal.
- E) pertence a uma fala direta de Hannah Arendt.

8. Qual é o tempo verbal predominante nos verbos empregados no quarto parágrafo do texto?

- A) Futuro do presente

- B) Pretérito perfeito
- C) Futuro do pretérito
- D) Presente
- E) Pretérito imperfeito

9. Em qual dos trechos abaixo se pode identificar o uso da voz verbal passiva?

- A) "Mas tudo ou quase tudo gira em torno de um único tema: sensibilidade." (1º parágrafo)
- B) "Quando está longe, fica mais fácil fingir que não se veem ou simplesmente que não existem." (1º parágrafo)
- C) "Guerras, confrontos armados, não podem ser regra numa vida." (4º parágrafo)
- D) "Todos deveriam ter as mesmas chances e possibilidades." (5º parágrafo)
- E) "Seguir no 'nada' ou levantar e colocar a mão na massa?" (6º parágrafo)

10. Na ideia veiculada pelo trecho "Não há mãe nem pai que queira que seu filho ou sua filha lute numa guerra. Aceita, porque as circunstâncias obrigam, mas querer? Impossível." (4º parágrafo), é possível observar a manifestação da seguinte figura de linguagem:

- A) eufemismo.
- B) hipérbole.
- C) antítese.
- D) metonímia.
- E) silepse.

11. Assinale a alternativa em cuja frase há uma silepse de pessoa.

- A) Vossa Santidade está internado para tratar de uma pneumonia.
- B) Nasceu o primeiro filhote de urso polar na cidade de São Paulo.
- C) A população, indignada com os baixos salários, protestaram na avenida.
- D) O enxame atacou a boiada de maneira repentina.
- E) Todos somos dignos de uma vida com saúde e segurança.

12. Leia a tirinha a seguir.



LEITE, Will. *No hospital às cinco da manhã*. 15/02/2025. Disponível em: <http://www.willtirando.com.br/no-hospital-as-cinco-da-manha/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

Nessa tirinha, é possível inferir que o personagem que se encontra deitado

- A) está entusiasmado com seu trabalho no hospital.
- B) não aprecia trabalhar no hospital.
- C) fingiu-se de doente para não trabalhar.
- D) tratou alguma doença no hospital onde trabalha.
- E) deleita-se com a função que exerce no hospital.

13. Observe as palavras acentuadas do texto a seguir.

"Guerreiros rudes que lutaram contra os romanos ou sociedades matriarcais com artes refinadas e extenso comércio? A história desses povos europeus é cheia de mistérios. Mas alguns deles já foram desvendados. Pesando 3,7 quilos, as 483 moedas de ouro celta são a maior descoberta do gênero no século 20 - e um tesouro de valor inestimável para pesquisadores dessa civilização. Elas foram surrupiadas em novembro de 2022 do Museu dos Celtas e Romanos em Manching, na Baviera, numa operação digna de Hollywood e a despeito dos sistemas de alarme."

OS CELTAS eram bárbaros bêbados ou sofisticados artesãos? *Planeta*, 21 de janeiro de 2025.

Disponível em: <https://revistaplaneta.com.br/os-celtas-eram-barbaros-bebados-ou-sofisticados-artesaos/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

Qual é a regra de acentuação gráfica que predomina entre essas palavras?

- A) Regra das proparoxítonas.
- B) Regra das paroxítonas terminadas em L.
- C) Regra das monossílabas tônicas terminadas em A, E ou O (seguidas ou não de -S).
- D) Regra das paroxítonas terminadas em ditongo (seguidas ou não de -S).
- E) Regra das oxítonas terminadas em A, E ou O (seguidas ou não de -S).

14. Quais são as funções da linguagem que embasam a construção do texto abaixo?

Balada do enterrado vivo

Na mais medonha das trevas

*Acabei de despertar
Soterrado sob um túmulo.
De nada chego a lembrar
Sinto meu corpo pesar
Como se fosse de chumbo.
Não posso me levantar
Debalde tentei clamar
Aos habitantes do mundo.
Tenho um minuto de vida
Em breve estará perdida
Quando eu quiser respirar.*

GILL, Daniel (org.). *50 poemas macabros de Vinícius de Moraes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2023. (Fragmento)

- A) Metalinguística e apelativa.
- B) Fática e emotiva.
- C) Emotiva e poética.
- D) Apelativa e referencial.
- E) Poética e fática.

15. Leia o fragmento textual a seguir.

"Nesse tempo meu pai e minha mãe estavam caracterizados: um homem sério, de testa larga, uma das mais belas testas que já vi, dentes fortes, queixo rijo, fala tremenda; uma senhora enfezada, agressiva, ranzinza, sempre a mexer-se, bossas na cabeça mal protegida por um cabelinho ralo, boca má, olhos maus que em momentos de cólera se inflamavam com um brilho de loucura. Esses dois entes difíceis ajustavam-se. Na harmonia conjugal a voz dele perdia a violência, tomava inflexões estranhas, balbuciava carícias decentes. Ela se amaciava, arredondava as arestas, afrouxava os dedos que nos batiam no cocuruto, dobrados, e tinham dureza de martelos. Qualquer futilidade, porém, ranger de dobradiça ou choro de criança, lhe restituía o azedume e a inquietação."

RAMOS, Graciliano. Nuvens. In: *Infância*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1981.

Em que tempo e modo se encontra a maioria dos verbos conjugados no excerto acima?

- A) Futuro do pretérito do indicativo.
- B) Pretérito perfeito do indicativo.
- C) Pretérito imperfeito do indicativo.
- D) Presente do subjuntivo.
- E) Pretérito imperfeito do subjuntivo.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. Segundo Torquato (2003), a comunicação organizacional tem papel central na construção do consentimento, promovendo a integração dos propósitos institucionais. Diante desse contexto teórico, assinale a alternativa que apresenta

estratégias comunicacionais defendido pelo autor e sua relação com os princípios contemporâneos das Relações Públicas.

A) Priorização do discurso organizacional como elemento central da estratégia comunicacional, com foco na transmissão clara e objetiva de informações, descartando a necessidade de interação com os públicos para evitar ruídos na comunicação.

B) Desenvolvimento de um ecossistema comunicacional integrado, no qual múltiplas plataformas e canais são usados para promover a convergência entre a identidade organizacional, a percepção dos stakeholders e a participação ativa nos processos decisórios.

C) Implementação de um modelo comunicacional baseado na padronização discursiva e na uniformização de mensagens institucionais, garantindo previsibilidade e minimização de conflitos de interpretação entre os stakeholders.

D) Aplicação de uma abordagem comunicacional persuasiva, na qual a organização define os conteúdos estratégicos com base em pesquisas internas e direciona a mensagem de acordo com os interesses institucionais, assegurando maior controle sobre a recepção da informação.

E) Adoção de um modelo de comunicação institucional centrado na imagem e cooperação organizacional, estruturando campanhas de comunicação baseadas exclusivamente em dados de percepção pública e tendências do mercado, garantindo competitividade e diferenciação.

17. James Grunig e Todd Hunt (1984) classificaram as práticas das Relações Públicas em modelos teóricos distintos que apresentam características específicas quanto ao fluxo de informação, à intencionalidade estratégica e ao nível de influência recíproca entre a organização e seus públicos. Com base nesses modelos, analise as afirmativas abaixo.

I. O modelo de agência de imprensa/divulgação tem como objetivo principal influenciar a opinião pública por meio da disseminação unilateral de informações desenvolvidas pela organização, sem preocupação com a veracidade dos fatos ou a retroalimentação do público.

II. No modelo de informação pública, a comunicação ocorre de forma predominantemente unidirecional, com foco na transparência e na divulgação de informações corretas, sendo amplamente utilizada por órgãos públicos e instituições que buscam construir recursos adicionais.

III. O modelo assimétrico bidirecional fundamenta-se na pesquisa sobre a percepção do público para ajustar a comunicação da organização, sem que haja necessidade de mudanças internas ou adaptação mútua, mantendo a centralidade no interesse institucional.

IV. O modelo bidirecional simétrico caracteriza-se pela negociação e pelo diálogo equilibrado entre a organização e suas estratégias públicas, buscando consenso e legitimação das decisões institucionais por meio de ajustes recíprocos entre as partes envolvidas.

V. Diferentemente dos demais modelos, o bidirecional assimétrico prioriza a interação com os públicos e tem como

princípio a construção coletiva de mensagens e narrativas, promovendo mudanças estruturais internas na organização para atender às demandas externas.

Estão CORRETOS apenas os itens:

A) I, II, IV e V.

B) III, IV e V.

C) I, II, III e V.

D) I, II e III.

E) II, III e IV.

18. Leia a situação hipotética abaixo.

Uma instituição pública, buscando fortalecer sua transparência e ampliar o diálogo com a sociedade, implementou uma campanha baseada na criação de fóruns de participação, canais digitais para recepção de sugestões e eventos presenciais com stakeholders. A estratégia foi amplamente divulgada e obteve um volume significativo de interações, mas, após meses de execução, os indicadores institucionais não registraram melhorias significativas. Pesquisas qualitativas revelaram que a organização continuava sendo percebida como burocrática e distante. Uma análise aprofundada dos dados coletados apontou um problema estrutural: apesar do aumento nas interações, os conteúdos gerados pelos cidadãos não resultaram em melhorias relevantes.

Com base nos fundamentos das Relações Públicas e na necessidade de alinhar a comunicação institucional às percepções e expectativas dos públicos estratégicos, a abordagem CORRETA para reverter esse cenário e fortalecer o engajamento institucional, é:

A) investir na reformulação da identidade visual e na ampliação da presença institucional em mídias tradicionais, reforçando elementos simbólicos que transmitem renovação e modernidade, além de fortalecer a memória organizacional.

B) desenvolver estratégias de segmentação de públicos, utilizando pesquisas comportamentais e análises de dados para direcionar mensagens mais assertivas aos grupos estratégicos previamente identificados.

C) expandir os canais de interação e garantir maior acessibilidade digital, permitindo que mais cidadãos tenham contato com as informações institucionais, aumentando a visibilidade da organização.

D) aprimorar a comunicação bidirecional simétrica, garantindo que as interações com os públicos sejam internas nos processos institucionais e que os feedbacks gerados resultem em mudanças tangíveis, promovendo maior legitimidade e engajamento.

E) criar um sistema avançado de monitoramento da opinião pública, utilizando inteligência artificial para prever

tendências sociais e adaptar a comunicação institucional de forma preditiva, ajustando discursos conforme as percepções coletadas.

19. Leia a situação hipotética abaixo.

Após ser associada a impactos ambientais negativos em uma região onde opera há mais de uma década, uma multinacional do setor energético passou a enfrentar uma crise reputacional significativa. Embora tenha adotado medidas de mitigação e lançado campanhas informativas para esclarecer sua posição, as pesquisas indicaram uma queda na confiança do público.

Diante desse contexto, e segundo Kunsch (2003), para restaurar a renovação institucional e melhorar a percepção da empresa junto à sociedade, é necessário:

A) fortalecer a presença da marca nos principais veículos de mídia, implementando campanhas publicitárias distintas para a imagem institucional e reforçando discursos positivos sobre as práticas da organização.

B) investir prioritariamente na comunicação interna, promovendo o alinhamento dos colaboradores com as diretrizes institucionais e incentivando-os a atuarem como multiplicadores da oferta organizacional no ambiente externo.

C) restaurar canais de escuta ativa e a influência mútua, não apenas por campanhas de imagem ou controle de mensagem, promovendo um modelo bidirecional simétrico que envolva os stakeholders na revisão das políticas ambientais da empresa.

D) criar um comitê de comunicação de crise composto exclusivamente por especialistas técnicos da empresa, garantindo que todas as informações divulgadas sejam padronizadas e controladas para evitar interpretações equivocadas junto à sociedade.

E) estabelecer uma estratégia de contenção reputacional baseada na redução da exposição da organização sobre questões ambientais, limitando a comunicação a informações técnicas e minimizando a participação em debates públicos sobre o tema.

20. Segundo Fombrun e Van Riel (2004), a negociação organizacional é um ativo intangível, construída ao longo do tempo por meio da coerência entre discurso e prática. Com base nos fundamentos de gestão da imagem e reputação organizacional, analise as afirmativas abaixo.

I. A valoração da marca é um ativo que pode ser transferido entre empresas por meio de fusões e aquisições, garantindo que uma marca consolidada consiga preservar sua substituição independentemente das mudanças estruturais e administrativas decorrentes da transação.

II. O capital reputacional é um diferencial competitivo que impacta diretamente as decisões de investidores, consumidores e parceiros estratégicos, influenciando o valor da empresa, o

nível de confiança do mercado financeiro e a resiliência da organização em crises.

III. O processo de construção da confiança corporativa pode ser acelerado por meio da intensificação das estratégias de comunicação e da exposição midiática, garantindo que a percepção dos stakeholders seja rapidamente alterada e consolidada.

IV. A substituição organizacional está vinculada à transparência, previsibilidade e consistência nas interações com as partes interessadas, sendo ameaçada quando há incoerência entre discurso institucional e práticas empresariais, fator que pode comprometer a confiança e a estabilidade da confiança no longo prazo.

Estão CORRETOS apenas os itens:

A) I, II e III.

B) II, III e IV.

C) I e II.

D) II e IV.

E) III e IV.

21. Segundo FERREIRA e SOUZA (2021), para a implementação de uma estratégia de media training em um contexto de alta exposição midiática e constante demanda por respostas, é necessário:

A) adotar padrões formais de discurso e vocabulário homogêneo, minimizando a adaptação das mensagens a diferentes públicos de interesse.

B) priorizar exercícios interativos com cenários realistas e feedback contínuo, fortalecendo a agilidade de resposta e a clareza argumentativa.

C) centralizar o aperfeiçoamento dos porta-vozes em sessões expositivas, limitando a interação entre participantes e instrutores.

D) reduzir a atuação de lideranças seniores no treinamento, transferindo a responsabilidade às equipes operacionais.

E) condicionar a comunicação a canais corporativos tradicionais, concentrando a divulgação no ambiente interno.

22. Leia a situação hipotética abaixo.

A Multinacional TELEVOX, do setor de tecnologia, vivencia forte desgaste de confiança após a divulgação de dados incompletos em suas plataformas digitais. O Departamento de Relações Públicas busca reposicionar a imagem institucional por meio de um plano de gestão de crises. Nesse contexto, assinale a alternativa que está alinhada às recomendações de KUNSCH (2018) e FERNANDES (2021) para superar os danos reputacionais causados pela divulgação de dados incompletos em canais institucionais.

A) Coordenar lideranças seniores e equipes operacionais, estruturando um planejamento integrado incluindo múltiplos canais e diálogos segmentados.

B) Delegar o gerenciamento de crise a consultoria externa, restringindo informações estratégicas ao núcleo diretivo.

C) Direcionar a comunicação para ambientes internos, orientando cada área a publicar relatórios de maneira autônoma e acelerada.

D) Estabelecer um comitê corporativo para análise retrospectiva, priorizando a coleta de falhas históricas em outras empresas.

E) Impulsionar materiais informativos independentes em diversas plataformas, favorecendo a retificação imediata dos dados, ainda que haja poucas articulações com outras áreas.

23. Nos contextos contemporâneos de comunicação institucional, a gestão de crises e a produção de conteúdo para redes sociais são fatores determinantes para a manutenção da defesa organizacional. Diante desse cenário, marque (V) para as afirmativas verdadeiras e (F) para as falsas.

() A transparência na comunicação de crise deve ser absoluta, o compartilhamento integral de todas as informações disponíveis, independentemente do impacto na percepção pública e nas transações institucionais.

() A visibilidade digital de porta-vozes institucionais nas redes sociais pode fortalecer a confiança da audiência, desde que o conteúdo esteja alinhado com as diretrizes estratégicas e com o tom adequado à situação.

() A adoção de posturas interativas técnicas nos canais institucionais digitais pode comprometer a conexão com o público, dificultando o engajamento e a retenção da mensagem em cenários de crise.

() O gerenciamento de crises em redes sociais deve priorizar a velocidade na resposta, independentemente do refinamento da mensagem, pois a rapidez no posicionamento supera possíveis falhas comunicacionais.

() A atuação estratégica em plataformas digitais exige uma escuta ativa contínua, que antecipe tendências, minimize riscos e fortaleça a negociação da instituição perante seus stakeholders.

A sequência CORRETA de cima para baixo é:

A) V- V- V- V- F.

B) V- F- F- V- F.

C) V- F- V- F- V.

D) F- V- V- F- V.

E) F- V- V- V- V.

24. As atividades de monitoramento de mídia, em ambientes cada vez mais digitalizados, são determinantes para se obter insights estratégicos sobre engajamento do público, percepção de marca e tendências de conteúdo. Nesse contexto, analise as afirmativas abaixo.

I. O emprego de ferramentas de análise de sentimento, integrado às análises de alcance e envolvimento, permite detectar oportunidades de ajuste de tom e linguagem em tempo real.

II. A prioridade de automatizar todo o processo de monitoramento dispensa avaliações humanas, pois algoritmos são capazes de interpretar valores simbólicos e contextos culturais com precisão.

III. A adoção de relatórios segmentados, contemplando as diversas redes sociais, auxilia na compreensão das demandas específicas dos usuários, orientando o planejamento de conteúdo.

IV. Uma política editorial voltada para elementos de ocorrência e relevância reduz ruídos na comunicação, mesmo quando há fluxos intensos de comentários ou reações.

Estão CORRETOS apenas os itens:

A) I e II.

B) I, II e III.

C) I, III e IV.

D) II e III.

E) III e IV.

25. Leia a situação hipotética abaixo.

A Editora Universitária Máxima detectou uma queda abrupta de interação em seus canais digitais, embora ofereça descontos e conteúdos segmentados para estudantes de graduação e pós-graduação. O relatório de monitoramento indica que o público-alvo percebe descompasso entre as publicações oficiais e as demandas efetivas, principalmente em plataformas audiovisuais. Considerando esse contexto, e as teorias avançadas de Comunicação Digital e Marketing de Conteúdo, a ação CORRETA para restabelecer a sintonia com o público-alvo e potencializar o engajamento digital, é necessário:

A) centralizar as campanhas de divulgação em estratégias amplas, priorizando a visibilidade institucional e facilitando a personalização de conteúdos.

B) conduzir pesquisas qualitativas que aprofundem as audiências da audiência, revisando formatos e temáticas das postagens de acordo com os resultados obtidos.

C) automatizar respostas aos comentários em plataformas sociais, enfatizando scripts de interação para uniformizar a comunicação com a base de seguidores.

D) direcionar todos os esforços de marketing para materiais impressos, concentrando-se em campanhas sazonais, minimizando a presença em canais audiovisuais.

E) investir em relatórios extensos que destaquem indicadores internos de sucesso, mantendo uma linguagem institucional sem adaptações para diferentes públicos.

26. Considere as afirmações abaixo sobre o papel do profissional de Relações Públicas no planejamento e coordenação de um evento corporativo de grande porte, que envolverá stakeholders internacionais, executivos de alto nível e intensa cobertura midiática.

I. A adoção de indicadores de desempenho, número de participantes, alcance de mídia, feedback detalhado e percepções de revisão, são essenciais no planejamento estratégico, permitindo avaliar a eficácia das ações, o grau de satisfação do público e o impacto reputacional pós-evento.

II. A definição de protocolos e cerimonial deve ser rigidamente subordinada às normas oficiais de precedência, sem quaisquer adaptações a costumes setoriais ou contextos culturais, considerando que o foco principal é a manutenção de uma formalidade absoluta.

III. A realização de análises de cenário, compreendendo diagnóstico situacional, identificação de possíveis riscos e oportunidades, bem como pesquisas de opinião direcionadas, possibilita antecipar controvérsias ou crises, alinhando a construção de mensagens ao perfil e às expectativas dos stakeholders.

IV. O desenvolvimento de um plano de comunicação segmentado, contemplando intranet, boletins informativos, reuniões de equipes, mídia tradicional, redes sociais e mailing de parceiros, fomentam o engajamento diferenciado, fortalecendo a coerência institucional ampliando o alcance do evento.

V. O monitoramento de riscos reputacionais é sempre postergado para a fase de avaliação final, devido a identificação de crises em tempo real e tende a ter pouca influência no redirecionamento imediato de estratégias porque não fornece subsídios relevantes para a tomada de decisões durante o evento.

Estão CORRETOS apenas os itens:

A) III, IV e V.

B) I, II e III.

C) II, III e V.

D) I, III e IV.

E) II, III, IV e V.

27. As Relações Públicas, no contexto da Comunicação Integrada, desempenham uma função estratégica de integração entre os públicos interno e externo. Para garantir uma comunicação corporativa unificada, é fundamental:

A) estabelecer um fluxo de comunicação predominantemente descendente, mudando a dispersão de mensagens e garantindo alinhamento hierárquico nas interações organizacionais.

B) priorizar a centralização das informações institucionais na alta gestão, estruturando um modelo comunicacional que minimize ruídos e variações interpretativas entre os setores.

C) promover uma abordagem sistêmica e relacional, conectando os diferentes agentes da organização por meio da convergência de discursos, da interatividade e da adaptação estratégica.

D) direcionar os esforços comunicacionais para a consolidação da imagem externa, considerando que a percepção dos internos públicos se ajusta naturalmente à privacidade corporativa construída no mercado.

E) implementar um modelo rígido de comunicação organizacional, no qual a previsibilidade dos canais e a padronização das interações reduzam a necessidade de ajustes estratégicos frequentes.

28. No planejamento estratégico de comunicação, a pesquisa de opinião desempenha um papel essencial na construção de diretrizes institucionais mais alinhadas às expectativas dos públicos. Para garantir que o planejamento de comunicação esteja alinhado às expectativas dos públicos de interesse, é essencial:

A) concentrar em métricas quantitativas, evitando que percepções subjetivas influenciem as estratégias comunicacionais.

B) combinar abordagens qualitativas e quantitativas, permitindo uma compreensão abrangente das necessidades e preferências dos stakeholders.

C) manter um fluxo de comunicação unidirecional, garantindo que as mensagens institucionais sejam transmitidas de forma uniforme.

D) enfatizar a experiência digital independentemente da importância de interações presenciais e canais tradicionais na comunicação institucional.

E) priorizar a comunicação interna porque o alinhamento organizacional é suficiente para atender às expectativas do público externo.

29. No âmbito das Relações Públicas, a pesquisa de opinião é uma ferramenta essencial para compreender em profundidade as percepções, necessidades e expectativas dos diferentes públicos de interesse. Nesse contexto, a atuação do Relações Públicas deve contemplar:

A) a validação de metas internas, limitando-se à mensuração pontual de índices de satisfação, pois uma análise abrangente pode enfraquecer o controle da mensagem organizacional.

B) análises de curto prazo, como alcance e cliques, pois a mensuração aprofundada de aspectos qualitativos pouco agrega às decisões de gestão de crise e posicionamento de marca.

C) a adoção de questionários com conteúdo e formato uniformes, relativizando diferenças culturais, linguísticas e setoriais em prol de maior comparabilidade estatística.

D) os feedbacks verbais ou espontâneos dos públicos de interesse, já que a reputação corporativa é melhor afetada por meio de indicadores de desempenho econômico e análise interna da alta gestão.

E) a triangulação de métodos, combinando abordagens qualitativas e quantitativas, enriquecendo a análise e fornecendo uma compreensão mais abrangente das especificações estudadas.

30. Ao planejar um evento corporativo de grande porte, o profissional de Relações Públicas lida simultaneamente com ordenamento cerimonial, adaptações protocolares e gestão de stakeholders. Considerando esses aspectos, analise as afirmativas abaixo.

I. A implementação de normas protocolares, incluindo precedência e tratamentos formais, demonstra profissionalismo e confiabilidade; para tanto, é fundamental a integração desses protocolos à cultura e aos valores da organização.

II. Nos eventos com diversidade de públicos, a etiqueta corporativa tende a restringir formalidades de menor importância, pois o fator cultural se sobrepõe aos códigos de conduta padronizados.

III. Quando orquestrado, o cerimonial estimula a interação humana ao respeito às nuances regionais, acolhe pluralidades e evidencia a identidade institucional, consolidando o relacionamento com diferentes grupos de interesse.

IV. Nas negociações empresariais concentradas em resultados imediatos, a adoção de formalidades protocolares, como a observância de trajes específicos, torna-se obsoleta, sendo restrita a cerimônias estatais ou eventos oficiais, pois não agregam valor à dinâmica estratégica das corporações.

Estão CORRETOS apenas os itens:

A) I e III.

B) I, III e IV.

C) I, II e III.

D) II, III e IV.

E) III e IV.