



**MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA**

CADERNO DE PROVA COMUNICAÇÃO

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 05 SE REFEREM AO EXCERTO A SEGUIR.

O que te faz procrastinar? (PARTE I)

Identificar os gatilhos emocionais e comportamentais é um importante passo para sair da inércia

Alessandra Aragão|Comunicadora, trabalha com desenvolvimento humano, atuando em terapia sistêmica, mentoria positiva e coaching de vida e carreira|13/02/2025

Procrastinar é um fenômeno universal. Todos, em algum momento, adiam tarefas importantes, mesmo sabendo das consequências negativas. Mas por que fazemos isso? Mais do que uma simples falta de disciplina, a procrastinação está profundamente enraizada em fatores emocionais e comportamentais. Para superá-la, é essencial compreender esses gatilhos e desenvolver estratégias eficazes para sair da inércia.

A procrastinação não é apenas uma questão de preguiça ou de má gestão do tempo. Um estudo realizado pela Universidade de Carleton, no Canadá, revelou que a procrastinação está relacionada à dificuldade em lidar com emoções negativas. Os pesquisadores descobriram que as pessoas que procrastinam tendem a evitar tarefas que despertam sentimentos de ansiedade, medo ou frustração. Ou seja, procrastinar é, muitas vezes, uma forma de fuga emocional.

Timothy A. Pychyl, especialista no tema, e líder da pesquisa acima, sugere que a procrastinação é um problema de autocontrole e não de tempo. Quando nos deparamos com uma tarefa que nos causa ansiedade, insegurança ou tédio, tendemos a substituí-la por atividades mais prazerosas e imediatas, como redes sociais ou assistir a um vídeo. Essa troca nos dá um alívio momentâneo, mas não resolve a raiz do problema.

Cada pessoa tem seus próprios gatilhos que desencadeiam a procrastinação. Alguns dos mais comuns incluem:

- **Medo do fracasso:** quando duvidamos de nossa capacidade de realizar uma tarefa, evitamos iniciá-la para não enfrentar a possibilidade de falhar.
- **Perfeccionismo:** a crença de que tudo deve ser feito de maneira impecável pode levar à paralisação, pois o medo de não atingir um alto padrão impede o progresso.
- **Falta de motivação:** tarefas que parecem sem propósito ou pouco estimulantes são frequentemente adiadas.
- **Sobrecarga mental:** quando nos sentimos sobrecarregados, nosso cérebro pode reagir com paralisia, dificultando a priorização e a execução de tarefas.
- **Impulsividade:** pessoas impulsivas tendem a seguir estímulos imediatos e deixar de lado obrigações menos atrativas.

[...]

ARAGÃO, Alessandra. O que te faz procrastinar? *Estado de Minas*, 13 de fevereiro de 2025.

Disponível em: <https://www.em.com.br/colunistas/alessandra-aragao/2025/02/7057795-o-que-te-faz-procrastinar.html>. Acesso em: 19 fev. 2025. Adaptado para esta avaliação.

1. Qual é a função da linguagem que embasa a construção da estrutura topicalizada no texto?

- A) Apelativa.
- B) Referencial.
- C) Metalinguística.
- D) Poética.
- E) Fática.

2. Qual é a ideia veiculada pela oração grifada no parágrafo introdutório do texto?

- A) Comparação.
- B) Conformidade.
- C) Condição.
- D) Finalidade.
- E) Tempo.

3. Em qual dos contextos abaixo a palavra em destaque NÃO funciona como um substantivo?

- A) "**Procrastinar** é um fenômeno universal."
- B) "Os **pesquisadores** descobriram que as pessoas que procrastinam tendem a evitar tarefas que despertam sentimentos de ansiedade, medo ou frustração."
- C) "Essa **troca** nos dá um alívio momentâneo, mas não resolve a raiz do problema."
- D) "Ou seja, procrastinar é, muitas vezes, uma forma de **fuga** emocional."
- E) "[...] tarefas que parecem sem propósito ou pouco estimulantes são frequentemente **adiadas**."

4. No segundo parágrafo, todas as ocorrências da palavra QUE foram destacadas. Levando-se em consideração seus contextos sintático-semânticos, quantas dessas ocorrências podem ser classificadas como pronomes relativos?

- A) Nenhuma das ocorrências.
- B) Somente uma ocorrência.
- C) Duas ocorrências.
- D) Três ocorrências.
- E) Todas as ocorrências.

5. Segundo as informações do texto,

- A) o tratamento das emoções negativas tem relação com o ato de procrastinar.
- B) as pessoas que procrastinam apresentam necessariamente cinco gatilhos emocionais.
- C) o medo de fracassar e a sobrecarga mental são os principais gatilhos dos procrastinadores.
- D) as pessoas tendem a procrastinar para evitar a perda de tempo e a falta de motivação.
- E) o adjetivo "preguiçoso(a)" é adequadamente atribuído aos procrastinadores.

AS QUESTÕES DE 06 A 10 SE REFEREM AO EXCERTO A SEGUIR.

O que te faz procrastinar? (PARTE II)

Identificar os gatilhos emocionais e comportamentais é um importante passo para sair da inércia

Alessandra Aragão|Comunicadora, trabalha com desenvolvimento humano, atuando em terapia sistêmica, mentoria positiva e coaching de vida e carreira|13/02/2025

[...]

Reconhecer quais desses gatilhos mais influenciam seu comportamento é um passo fundamental para mudar a relação com a procrastinação. Para isso, é necessário aprofundar-se na **AUTO-CONSCIÊNCIA**¹ e observar quais emoções surgem quando você adia algo. Sente medo? **FRUSTRAÇÃO**²? Insegurança? Muitas vezes, o verdadeiro motivo por trás da procrastinação não está na tarefa em si, mas na carga emocional que ela desperta.

Uma ferramenta útil nesse processo é a escrita reflexiva. Anotar os pensamentos e sentimentos associados à procrastinação pode trazer **CLARESA**³ sobre os bloqueios internos e facilitar a identificação de padrões. Além disso, questionar-se sobre a real motivação para realizar determinada atividade ajuda a entender se há um propósito claro por trás dela ou se a falta de conexão está contribuindo para o adiamento. *Se uma tarefa não faz sentido para você*, talvez seja necessário reavaliar sua importância e encontrar uma razão pessoal para executá-la.

Ao identificar seus gatilhos, algumas estratégias práticas podem ajudar:

- **Quebre as tarefas em partes menores:** grandes desafios podem parecer intimidantes. Dividir uma tarefa complexa em pequenas ações facilita o início e reduz a sensação de sobrecarga.
- **Estabeleça prazos realistas:** o uso da técnica Pomodoro (trabalhar por 25 minutos e descansar 5) pode ajudar a manter o foco sem exaustão.
- **Reduza distrações:** crie um ambiente propício à concentração, desativando notificações e limitando o acesso a redes sociais durante o trabalho.
- **Pratique a AUTOCOMPAIXÃO**⁴: em vez de se culpar pela procrastinação, reflita sobre os

sentimentos que a causaram e reajuste sua abordagem sem **AUTOCRÍTICA**⁵ excessiva.

- **Conecte a tarefa ao seu propósito:** pergunte-se: "Por que essa tarefa é importante para mim?". Quando associamos uma ação a um objetivo maior, encontramos mais motivação para realizá-la.
- **Use recompensas estratégicas:** prometer-se pequenas recompensas após completar uma etapa pode aumentar a motivação e o engajamento.

Mais do que um problema de produtividade, a procrastinação pode comprometer a realização de sonhos e projetos importantes. Pense no tempo que você já perdeu adiando tarefas que poderiam ter transformado sua vida.

Como disse Sêneca, "enquanto perdemos nosso tempo hesitando e adiando, a vida passa.". Não deixe que a procrastinação controle seu tempo. Compreenda seus gatilhos, adote estratégias práticas e assuma o comando do seu próprio destino.

ARAGÃO, Alessandra. O que te faz procrastinar? *Estado de Minas*, 13 de fevereiro de 2025.

Disponível em: <https://www.em.com.br/columnistas/alessandra-aragao/2025/02/7057795-o-que-te-faz-procrastinar.html>. Acesso em: 19 fev. 2025. Adaptado para esta avaliação.

6. Dentre os verbos conjugados na estrutura de tópicos do texto, quais são regulares?

- A) Todos os verbos.
- B) Somente os verbos "pratique" e "conecte".
- C) Somente os verbos "reduza", "quebre" e "use".
- D) Somente o verbo "estabeleça".
- E) Nenhum dos verbos.

7. O sentido veiculado pela oração "Se uma tarefa não faz sentido para você" é o de

- A) comparação / analogia.
- B) consequência / resultado.
- C) condição / hipótese.
- D) conformidade / concordância.
- E) causa / explicação.

8. As aspas duplas foram utilizadas em toda a extensão desse texto no intuito de

- A) sinalizar discursos indiretos.
- B) destacar títulos de obras culturais.
- C) destacar expressões de uso conotativo.
- D) sinalizar discursos diretos.
- E) realçar expressões a serem conceituadas no texto.

9. De acordo com o texto, são atitudes que podem ajudar as pessoas a mudarem sua relação com a procrastinação, EXCETO:

- A) mitigar distratores.
- B) imbricar metas às tarefas.
- C) ter compaixão dos que dependem das tarefas.
- D) valer-se de gratificações estratégicas.
- E) estipular prazos factíveis.

10. Dentre os vocábulos destacados em letras maiúsculas no texto, quais estão corretamente grafados, segundo a ortografia oficial da língua portuguesa?

- A) Nenhum dos vocábulos.
- B) O segundo, o quarto e o quinto vocábulos.
- C) Somente o primeiro vocábulo.
- D) O primeiro e o terceiro vocábulos.
- E) Todos os vocábulos.

11. Leia a tirinha abaixo.



DAHMER, André. Não há nada acontecendo. *Folha de São Paulo*, 17 de dezembro de 2024.

Disponível em: <https://cartum.folha.uol.com.br/quadrinhos/2024/12/17/nao-ha-nada-acontecendo-andre-dahmer.shtml>. Acesso em: 20 jan. 2025.

Sobre o texto dessa tirinha, é possível inferir que

- A) os personagens acreditam em Deus.
- B) uma festa que acontecia chegou ao fim.
- C) ambos os personagens sabem que a festa acabou.
- D) uma festa acontecia.
- E) ambos os personagens não sabiam da existência de uma festa.

12. Quais são, respectivamente, as funções dos pares de vírgulas assinalados no trecho abaixo?

"Quando se chega de trem a Wolfsburg[,] na Baixa Saxônia[,] a primeira coisa que se vê é a fábrica da Volkswagen. Sua enorme fachada, estampada com um logotipo gigante da VW e ladeada por quatro chaminés altas, toma conta de uma das margens do canal que atravessa a cidade. O complexo de 6,5 km² fica ao lado do Autostadt[,]

uma espécie de parque temático dedicado aos automóveis e à VW[,] a maior montadora da Europa. A Volkswagen Arena, um estádio esportivo, fica a uma curta distância."

LEGGETT, Theo. Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz: como carros alemães entraram em uma crise sem precedentes. *BBC Brasil*, 16 de fevereiro de 2025.

Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cpvmedkn80lo>. Acesso em: 16 fev. 2025.

- A) O primeiro par de vírgulas isola um aposto de caráter explicativo, e o segundo separa orações coordenadas sindéticas.
- B) O primeiro par de vírgulas isola um adjunto adverbial intercalado, e o segundo, um aposto de caráter enumerativo.
- C) O primeiro par de vírgulas isola um aposto de caráter explicativo, e o segundo separa orações coordenadas assindéticas.
- D) O primeiro par de vírgulas separa termos de mesma função sintática coordenados, e o segundo isola um adjunto adverbial intercalado.
- E) O primeiro par de vírgulas isola um adjunto adverbial intercalado, e o segundo, um aposto de caráter explicativo.

13. Leia o texto a seguir.

Medicamento contra a obesidade decepciona

da Revista Pesquisa FAPESP

Na fase 3 dos testes clínicos, com 3.417 participantes, o CagriSema (combinação dos fármacos cagrilintida e semaglutida) mostrou ser capaz de reduzir o peso em 22,7% em 68 semanas, abaixo dos 25% que a empresa dinamarquesa Novo Nordisk havia definido como meta. Em resposta ao anúncio dos resultados, o valor de mercado da empresa caiu 27%, o equivalente a US\$ 125 bilhões. Antes da divulgação, analistas estimaram que o pico de vendas do CagriSema poderia ser de US\$ 20 bilhões. É o segundo revés da empresa, após a concorrente Eli Lilly, dos Estados Unidos, informar que os participantes dos testes de fase 3 de seu medicamento Zepbound (tirzepatida) experimentaram uma perda de peso 47% maior que a obtida com outro medicamento da Novo Nordisk, o Wegovy, cujo ingrediente ativo é a semaglutida, o mesmo do Ozempic, também da empresa dinamarquesa. O mercado global de medicamentos para obesidade pode render US\$ 150 bilhões por ano até 2030 (*Reuters e Clinical Trials Arena*, 20 de dezembro).

Este texto foi originalmente publicado por Pesquisa FAPESP de acordo com a licença Creative Commons CC-BY-NC-ND.

Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/medicamento-contra-a-obesidade-decepciona/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

Assinale a alternativa que apresenta uma afirmação correta sobre o texto apresentado.

- A) O texto apresentado é um exemplar do gênero "artigo de divulgação científica", e a função da linguagem que nele predomina é a referencial.
- B) O texto apresentado é um exemplar do gênero "artigo científico", e a função da linguagem que nele predomina é a metalinguística.

C) O texto apresentado é um exemplar do gênero "artigo de divulgação científica", e a função da linguagem que nele predomina é a fática.

D) O texto apresentado é um exemplar do gênero "artigo de opinião", e a função da linguagem que nele predomina é a apelativa.

E) O texto apresentado é um exemplar do gênero "artigo científico", e a função da linguagem que nele predomina é a expressiva.

14. Leia o excerto abaixo, observando os referentes dos pronomes destacados. Em seguida, identifique a alternativa que apresenta corretamente esses referentes.

Líder abolicionista é apontado como um dos responsáveis pelo fato de a então província do Ceará ter sido a primeira do Brasil a proibir a escravidão. [...] Nascido em Aracati, no Ceará, Dragão do Mar foi como ficou conhecido Francisco José do Nascimento (1839-1914), ou Chico da Matilde, um líder jangadeiro, prático-mor e abolicionista.

O apelido **lhe**¹ foi conferido por outro dos grandes nomes do abolicionismo brasileiro, o farmacêutico e jornalista José do Patrocínio (1853-1905). Em 1882, ambos se encontraram quando Patrocínio, engajado no movimento abolicionista, visitou a província nordestina.

A essa altura, Chico da Matilde já era uma figura conhecida no meio. Desde janeiro do ano anterior, **ele**² e seus colegas jangadeiros empreendiam uma greve contra o tráfico negreiro interprovincial. A tática foi baseada no controle que **eles**³ tinham sobre o porto local: passaram a recusar sistematicamente o transporte de escravizados para os navios que **os**⁴ levariam para serem revendidos no Rio de Janeiro e em outras localidades. [...]

DRAGÃO do Mar: o jangadeiro que desafiou o tráfico negreiro. *Planeta*, 17 de janeiro de 2025.

Disponível em: <https://revistaplaneta.com.br/dragao-do-mar-o-jangadeiro-que-desafiou-o-trafico-negreiro/>. Acesso em: 16 fev. 2025. Adaptado.

A) 1. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 2. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 3. Colegas jangadeiros de Francisco José do Nascimento | 4. Escravizados

B) 1. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 2. José do Patrocínio | 3. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) e seus colegas jangadeiros | 4. Escravizados

C) 1. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 2. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 3. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) e seus colegas jangadeiros | 4. Escravizados

D) 1. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 2. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 3. Colegas jangadeiros de Francisco José do Nascimento | 4. Colegas jangadeiros de Francisco José do Nascimento

E) 1. Francisco José do Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) | 2. José do Patrocínio | 3. Francisco José do

Nascimento (ou Chico da Matilde, ou Dragão do Mar) e seus colegas jangadeiros | 4. Colegas jangadeiros de Francisco José do Nascimento

15. Considerando-se as repetições, quantas ocorrências de verbos regulares existem no texto abaixo?



ALENCAR, José de. *O guarani* (por Luiz Gê e Ivan Jaf). São Paulo: Ática, 2010. (Clássicos brasileiros em HQ)

- A) Seis verbos.
- B) Cinco verbos.
- C) Quatro verbos.
- D) Três verbos.
- E) Dois verbos.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. No estudo da História e evolução da Comunicação, observa-se que as transformações tecnológicas impactaram a forma de transmitir mensagens e de construir significados. Assinale a alternativa que descreve adequadamente uma consequência desses avanços sobre os processos comunicacionais contemporâneos.

- A) A difusão de informações tornou-se menos democrática, pois as tecnologias digitais são exclusivas de segmentos restritos da sociedade.
- B) A expansão das redes telemáticas eliminou por completo qualquer possibilidade de manipulação midiática.
- C) O surgimento de plataformas colaborativas impediu a consolidação de grandes conglomerados de comunicação.
- D) A comunicação oral sobrepôs-se ao texto escrito, substituindo gradativamente publicações digitais e impressas.
- E) A velocidade de circulação de conteúdos ampliou as possibilidades de participação e interação das audiências.

17. O pensamento da Escola de Frankfurt analisou criticamente a Indústria Cultural, propondo reflexões sobre a produção em massa de bens simbólicos e sua relação com a sociedade. Identifique a consequência direta dessa reflexão para o debate acerca do consumo de produtos midiáticos.

- A) Concluiu que a arte popular jamais poderia ser mercantilizada em nenhuma hipótese.
- B) Evidenciou a padronização de conteúdos, resultando na redução do senso crítico do público.
- C) Afirmou que as audiências são totalmente passivas, desprovidas de qualquer capacidade de interpretação.
- D) Reafirmou a supremacia absoluta da cultura erudita, ignorando aspectos de cultura de massa.
- E) Considerou que a indústria cultural fomenta a liberdade de expressão, livre de interesses econômicos.

18. A Sociedade da Informação e a convergência digital resultaram em novos modelos comunicacionais, aumentando a participação dos cidadãos em debates globais. Assinale a alternativa que melhor ilustra o desafio enfrentado por esses modelos em termos de credibilidade e veracidade de informações.

- A) Todos os conteúdos provenientes de redes sociais são, a princípio, validados por agências reguladoras internacionais.
- B) A multiplicidade de fontes e a velocidade das interações dificultam a checagem rigorosa e sustentam a proliferação de rumores.
- C) O aperfeiçoamento dos algoritmos de busca elimina por completo os riscos de desinformação nos ambientes online.
- D) As plataformas digitais, ao privilegiarem vozes minoritárias, tornam impossível a circulação de informações de interesse comercial.
- E) A ausência de mediação editorial assegura a neutralidade total das mensagens produzidas pelo público leigo.

19. Considere as afirmações sobre signos e significação, no que se refere ao discurso midiático e à construção da realidade:

- I. O significado de um signo é totalmente estável, não sofrendo interferência do contexto sociocultural.
- II. O discurso midiático limita-se a relatar fatos objetivos, sem impactar na forma como a realidade é percebida.
- III. A conotação simbólica de uma mensagem pode variar conforme as referências culturais do receptor.
- IV. A seleção de enquadramentos jornalísticos influencia a leitura que os públicos fazem de um acontecimento.

Estão CORRETAS apenas as afirmações:

- A) I e II
- B) I e III
- C) II e IV
- D) III e IV

E) I, II e IV

20. A chamada cultura de massa tem sido associada à identidade cultural em processos de globalização. Assinale o desafio enfrentado por sociedades contemporâneas na busca de preservação de suas tradições, considerando o crescente fluxo de bens midiáticos globais.

- A) Eliminar totalmente influências estrangeiras por meio de censura, garantindo a autenticidade local.
- B) Incorporar elementos globais sem nenhuma transformação, assegurando a uniformização cultural.
- C) Favorecer o isolamento cultural, evitando trocas com outras nações e preservando a identidade imutável.
- D) Desenvolver processos de apropriação híbrida, em que valores locais dialogam e se reconfiguram diante do massivo intercâmbio midiático.
- E) Transformar a cultura regional em uma mercadoria padronizada para competir globalmente, sem considerar variações históricas e simbólicas.

21. Uma empresa multinacional enfrenta dificuldades de comunicação interna em sua filial brasileira, pois as equipes locais sentem-se distantes das decisões tomadas na matriz. O departamento de RH avalia implantar estratégias de integração cultural e organizacional. Indique a medida que pode atenuar tais conflitos e alinhar a comunicação interna e externa.

- A) Promover um programa de imersão cultural e grupos de trabalho conjuntos, estimulando trocas entre equipes locais e estrangeiras.
- B) Substituir gradativamente a comunicação interna por relatórios unilaterais enviados pela matriz, restringindo o diálogo dos colaboradores locais.
- C) Centralizar todas as decisões em reuniões online com o corpo diretivo estrangeiro, limitando a participação brasileira a consultas eventuais.
- D) Adotar a cultura organizacional local como padrão exclusivo, rejeitando qualquer prática ou valor da matriz.
- E) Restringir os canais de comunicação a uma plataforma digital unificada, onde apenas diretores podem publicar informações.

22. Um órgão público planeja aumentar sua visibilidade institucional, mas enfrenta crises recorrentes de imagem. A chefia de comunicação propõe reformular a assessoria de imprensa e a estratégia de relações públicas. De que forma seria possível restaurar a confiança perante a sociedade?

- A) Divulgar apenas comunicados pontuais, sem promover ações de relacionamento duradouro com jornalistas.

B) Elaborar um plano de gerenciamento de crises, adotando transparência e canais diretos de diálogo com a imprensa.

C) Descredibilizar as críticas recebidas e imputar a responsabilidade à má interpretação do público.

D) Incentivar pronunciamentos de múltiplas autoridades sem alinhamento institucional, gerando visões conflitantes.

E) Proibir o acesso da mídia a informações internas, para evitar a divulgação de eventuais falhas administrativas.

23. A construção de uma marca (branding) e a consolidação de uma identidade corporativa são processos que envolvem componentes emocionais e racionais. Analise as proposições:

I. O marketing de experiência pode fortalecer o vínculo do consumidor com a marca, oferecendo vivências únicas.

II. A ética na publicidade restringe a criatividade, inviabilizando a produção de campanhas com impacto emocional.

III. O branded content visa associar valores de marca a conteúdos relevantes, engajando o público de forma sutil.

IV. Estratégias publicitárias que ignoram valores culturais do público-alvo podem gerar rejeição ou polêmica negativa.

Estão CORRETAS apenas as proposições:

A) I e II

B) II e IV

C) I, III e IV

D) I, II e III

E) II, III e IV

24. Em um cenário de cultura digital e narrativas transmídia, a produção e edição de conteúdo exige múltiplos formatos e plataformas, que dialoguem entre si. Assinale o desafio enfrentado pelas equipes que atuam nessa convergência de linguagens e tecnologias.

A) Incentivar apenas um canal de difusão e ignorar as outras plataformas emergentes.

B) Confiar na replicação idêntica do conteúdo em qualquer mídia, sem adequações.

C) Evitar colaborações com o público, a fim de manter a narrativa sob controle editorial absoluto.

D) Ampliar o enredo em múltiplos formatos, garantindo coesão e complementando experiências em cada plataforma.

E) Reduzir ao mínimo os recursos tecnológicos, pois a convergência inviabiliza a consistência narrativa.

25. A inteligência artificial na comunicação e o uso de tecnologias emergentes trouxeram novas possibilidades para o jornalismo digital e o combate às fake news. Indique a dificuldade decorrente da aplicação de algoritmos automatizados em processos de checagem de fatos.

A) A garantia de total neutralidade dos sistemas, que não apresentam qualquer traço de parcialidade.

B) A eliminação de qualquer risco de manipulação, pois algoritmos são incapazes de gerar resultados equivocados.

C) A ausência de necessidade de grandes bases de informações, já que a IA opera de modo independente.

D) A substituição irrestrita do trabalho humano, impossibilitando correções em tempo real.

E) A possibilidade de viés incorporado ao algoritmo, reproduzindo distorções e dificultando a detecção de notícias falsas.

26. A regulação midiática e a comunicação pública são temas sensíveis em sociedades democráticas, sobretudo em contextos de concentração de mídia. Assinale a consequência de uma concentração excessiva de veículos de comunicação na formação da opinião pública.

A) A imposição de um padrão editorial hegemônico, reduzindo a diversidade de perspectivas disponíveis à sociedade.

B) A promoção de debates amplos e contraditórios, já que uma única empresa incentiva visões opostas.

C) A autonomia total dos profissionais de imprensa, livres de direcionamentos corporativos.

D) O surgimento de inúmeros veículos comunitários independentes, financiados pelo conglomerado central.

E) O fortalecimento de mídias alternativas sustentadas exclusivamente por subsídios estatais.

27. Uma empresa de tecnologia está prestes a lançar um aplicativo inovador que coleta dados dos usuários para otimizar a experiência personalizada. No entanto, alguns clientes já demonstraram receio quanto ao destino dessas informações. Indique a medida essencial que a organização deve adotar, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

A) Impedir o acesso dos usuários às suas próprias informações, para preservar o segredo industrial do algoritmo.

B) Solicitar consentimento claro para coleta e utilização de dados, permitindo ao usuário controlar como suas informações serão tratadas.

C) Vender os dados a parceiros estratégicos sem notificar os titulares, maximizando lucros e agilizando o processo de lançamento.

- D)** Armazenar todos os registros em servidores internacionais, eximindo-se das normas nacionais.
- E)** Isentar-se de responsabilidades legais, por considerar que a coleta é voluntária e não requer consentimento expresse.

28. As metodologias de pesquisa em Comunicação envolvem métodos qualitativos e quantitativos, além de técnicas como análise de conteúdo e discurso, netnografia e pesquisa de recepção. Assinale a limitação comum ao uso de estudos puramente quantitativos em processos de investigação midiática.

- A)** Permitem compreender as sutilezas dos valores culturais que informam o comportamento do público.
- B)** Garantem interpretações subjetivas dos significados atribuídos pelas audiências aos textos midiáticos.
- C)** Focam na mensuração estatística de variáveis, mas podem desconsiderar as motivações e percepções profundas dos sujeitos pesquisados.
- D)** Requerem apenas amostras reduzidas e anedóticas, excluindo parâmetros de validade externa.
- E)** Concentram-se na análise de casos pontuais e não geram generalizações numéricas.

29. Uma agência digital traça um planejamento estratégico para aumentar o engajamento nas mídias sociais. Durante o processo, constata que o público-alvo apresenta comportamentos de consumo voláteis, afetando a eficácia das estratégias. Qual abordagem a agência poderia adotar para aprofundar a compreensão dos perfis de usuários?

- A)** Focar-se em questionários exclusivamente quantitativos, desconsiderando motivações subjetivas e contextuais.
- B)** Limitar as análises a dados de SEO e SEM, descartando a necessidade de entender preferências ou valores dos consumidores.
- C)** Presumir a estabilidade das preferências e elaborar campanhas de longo prazo, sem reavaliações periódicas.
- D)** Aplicar técnicas de netnografia e segmentação aprofundada, investigando as interações virtuais e diferenciando perfis comportamentais.
- E)** Abandonar os estudos sobre comportamento no meio digital e centrar esforços em campanhas offline estáticas.

30. A adoção de storytelling digital e recursos de marketing de experiência em campanhas tem se mostrado eficaz na conexão emocional com o público. Assinale a implicação central desse tipo de estratégia no envolvimento do consumidor.

- A)** Reduzir a possibilidade de interação, já que a narrativa se concentra em elementos puramente audiovisuais.

- B)** Direcionar todo o foco à conversão imediata de vendas, ignorando a construção de significado ou identidade de marca.
- C)** Destacar somente informações racionais do produto, afastando fatores culturais ou simbólicos.
- D)** Restringir o alcance da campanha aos consumidores pré-existentes, sem atrair públicos potenciais.
- E)** Permitir que o público se insira no enredo narrativo, promovendo engajamento emocional e sensação de pertencimento.