

## LÍNGUA PORTUGUESA

### O que as aves que voam em bando nos ensinam sobre liderança

*Liderança não pode ser solitária. E, para isso, precisamos exercer nossa vulnerabilidade sem moderação, abusando da rede de apoio para validar hipóteses.*

Luciana Rodrigues 6 de outubro de 2021

Quem vê uma graciosa revoada no céu pode até não imaginar que, por trás daquela disposição aparentemente aleatória, estão lições muito úteis para nós aqui na terra. Além das questões relacionadas à aerodinâmica – que permitem que as aves migratórias economizem energia, por exemplo – o papel da ave mais experiente do grupo é essencial para definir a direção que o grupo inteiro deve tomar.

Nem sempre o líder é aquele que está à frente do bando. Quando está fatigado, ele reveza a dianteira com a ave que está imediatamente atrás. Uma das vantagens de andar em grupo é permitir que o bando tenha mais resistência para viagens longas e difíceis, e ainda aproveitem o impulso gerado pelo deslocamento de ar do pássaro que voa à frente. A formação em V também melhora a comunicação e a coordenação do bando. Se voassem sozinhas, cada uma por si, demorariam mais tempo, e chegar ao seu destino seria uma tarefa muito mais árdua. Aqui, fique à vontade para fazer qualquer paralelo com a sociedade em que vivemos.

Sinto que estamos tão obcecados com tecnologia e para estar constantemente atualizados sobre tudo o que acontece, a todo instante (olá, FOMO), que esquecemos de reservar um tempo para observar e aprender com a natureza. Parar e simplesmente contemplar. Faça um teste: tente lembrar a última vez que você sentiu tédio. Provavelmente, esse momento foi rapidamente interrompido por um “scroll” em uma rede social ou por uma notificação no celular.

Não me entenda mal, sou fã e tenho me dedicado a aprender cada vez mais sobre tecnologia. Mas ela deveria ser uma viabilizadora de ideias e movimentos, ajudando pessoas a se conectarem com seu propósito.

Para os privilegiados, e aí me incluo, a pandemia apresentou a possibilidade do trabalho remoto. No meu caso, também proporcionou um contato maior com a natureza. Tenho passado cada vez mais tempo no campo e daí veio a minha observação sobre os pássaros, que me levou a fazer este paralelo com liderança.

Liderança não pode ser solitária. E, para isso, precisamos exercer nossa vulnerabilidade sem

moderação: pedir ajuda, fazer perguntas, usar e abusar da nossa rede de apoio para validar hipóteses, e até mesmo tomar decisões erradas juntos. Bons líderes estão em constante desenvolvimento. Por isso, é normal e esperado cometer alguns erros nessa jornada.

Mais uma vez, volto a citar nesta coluna o “Livro da Desreceita”, criado a muitas mãos pelos líderes da empresa da qual sou CEO. Nele tem um capítulo inteiro dedicado a esse assunto, com o sugestivo título “Um time inteligente vale mais que um time de inteligentes”. Destaco aqui um trecho: “É provado na natureza que a inteligência coletiva supera os talentos individuais. Todavia, crescemos e aprendemos com um modelo que sempre se apoiou em exaltar talentos individuais, o brilhantismo de um indivíduo em sobreposição à competência coletiva.”

Assim como a ave líder que abre espaço para que outras sejam protagonistas, sempre tive como um dos meus mantras permitir que as pessoas ao meu redor voassem na frente. Contudo, precisei de muito tempo – na verdade, anos – para entender que por mais que você tenha a intenção genuína de fazer com que as pessoas cresçam, evoluam e sejam protagonistas da sua carreira, muitas vezes a forma que você quer aplicar – baseada na sua experiência – carrega uma história pessoal e, muitas vezes, distante da realidade de quem a recebe.

Alejandro Jodorowsky, cineasta, ator, poeta e escritor, sabiamente disse: “Entre o que eu penso, o que quero dizer, o que digo e o que você ouve, o que você quer ouvir e o que você acha que entendeu, há um abismo”.

Eu explico: quando assumi a posição de liderança em uma das maiores empresas de entretenimento do mundo para a América Latina, entendi que deveria conectar as pessoas e dar palco para elas ecoarem suas vozes. Queria encorajá-las, abrindo oportunidades para que pudessem expor suas histórias, sonhos, ideias e pudessem potencializar sua criatividade, mas poucos se animavam. Passei por outras empresas depois dessa, mas o meu objetivo nunca foi alcançado da forma que eu imaginava.

Uma das iniciativas que implementei foi um “Talent Show” para que as pessoas pudessem compartilhar seus projetos e, os que fizessem mais sentido, unindo criatividade e os objetivos de negócio da companhia, seriam produzidos. Para minha surpresa, após poucos meses, recebi um e-mail do “headquarters” dizendo que essa iniciativa estava deixando as pessoas incomodadas, algumas, mais sêniores, por acharem que suas posições estavam sendo ameaçadas, outras, por se sentirem

pressionadas, mesmo que a participação fosse totalmente opcional.

Mas por que as pessoas não “querem” ser protagonistas? Timidez? Preguiça? Não querem evoluir? Ou, simplesmente, por que escolheram um caminho diferente do meu? Acreditei cegamente que tinha a responsabilidade (e obrigação) de construir pontes e abrir portas para todos, sem exceção. Depois de muita reflexão, conversas e terapia, entendi que estava colocando a minha expectativa do que é sucesso no outro, e aprendi uma lição muito importante: sucesso é pessoal. Sucesso é ter a liberdade de dizer não.

Um dos trechos do Livro “Os Quatro Compromissos”, de Don Miguel Ruiz, diz o seguinte: “Nada do que os outros fazem é motivado por você. É por causa deles mesmos. Todas as pessoas vivem em seu próprio sonho, em sua própria mente; estão num mundo completamente diferente daquele no qual vivemos. Quando levamos algo para o lado pessoal, presumimos que os outros sabem o que está em nosso mundo – aquilo que tentamos impor ao mundo deles.”

Há poucos dias, recebi uma mensagem de uma profissional muito talentosa que trabalhou comigo. A mensagem era exatamente assim: “...carrego comigo a vontade de evoluir como líder e gestora e você vem com frequência na minha cabeça... acho até que antes eu não valorizava tanto a sua presença quanto eu faço hoje...”

Aprendo, todos os dias, que liderar não é sobre agradar e fazer o esperado, e sim, é sobre seguir com um propósito claro – Jodorowsky discordaria desse ponto sobre quão claro isso pode ser.

Sigo acreditando que este sábio provérbio africano, “se você quer ir rápido, vá sozinho. Se quer ir longe, vá acompanhado”, é a única forma possível para nós, humanos, ou para as aves, seguirem nessa jornada chamada vida.

*Luciana Rodrigues é CEO e presidente da Grey Brasil, conselheira do board da Junior Achievement, membro do conselho MMA Brasil e do comitê estratégico de presidentes da Amcham. Também é aluna de pós-graduação em neurociências e comportamento.*

Vocabulário:

- *scroll*: rolagem (na tela do celular ou do computador)
- *CEO*: diretor executivo
- *Talent Show*: show de talentos
- *headquarters*: sede de uma empresa

RODRIGUES, Luciana. O que as aves que voam em bando nos ensinam sobre liderança. *Forbes Brasil*, 06 de outubro de 2021. Disponível em:

<https://forbes.com.br/colunas/2021/10/luciana-rodrigues-o-que-as-aves-que-voam-em-bando-nos-ensinam-sobre-lideranca/>.

---

## QUESTÃO 01

---

Qual das expressões a seguir representa mais precisamente o tema do texto de Luciana Rodrigues?

- (A) O papel dos shows de talentos na vida dos trabalhadores.
- (B) Os abismos da comunicação na era da tecnologia.
- (C) O sucesso como categoria psicológica individual.
- (D) Reflexões sobre os voos dos pássaros na era tecnológica.
- (E) A importância de uma liderança interessada na coletividade.

---

## QUESTÃO 02

---

No segundo parágrafo, a autora sugere ao leitor que se sinta confortável “para fazer qualquer paralelo” entre o voo das aves e a vida em sociedade. Tal expressão significa que o leitor pode elaborar

- (A) hipóteses.
- (B) comparações.
- (C) condições.
- (D) proporções.
- (E) alternativas.

---

## QUESTÃO 03

---

No quarto parágrafo, a autora faz uma crítica ao uso da tecnologia na contemporaneidade. Tal crítica se baseia no fato de que

- (A) as pessoas não querem transformar a tecnologia em boas ideias para seguirem.
- (B) as boas ideias e movimentos não têm atingido a população mais pobre.
- (C) a tecnologia não tem unido as pessoas a seus propósitos de vida.
- (D) ser fã da tecnologia não auxilia na criação de boas ideias.
- (E) a aprendizagem sobre a tecnologia retarda o foco em ideais de vida.

**QUESTÃO 04**

Na citação de Alejandro Jodorowsky (9º parágrafo), a palavra “abismo” foi utilizada

- (A) em seu sentido denotativo, a fim de concretizar as falhas de comunicação que existem na interação linguística.
- (B) em um sentido conotativo, no intuito de ilustrar a localização do interlocutor quando ele não entende uma mensagem.
- (C) em seu sentido denotativo, de modo a indicar para falantes e para ouvintes que a comunicação é gigantesca.
- (D) em um sentido conotativo, a fim de representar possíveis falhas de comunicação que existem na interação linguística.
- (E) em seu sentido denotativo, no intuito de precisar a localização do interlocutor quando ele transmite uma mensagem.

**QUESTÃO 05**

Levando-se em consideração as estratégias textuais da autora, a descrição do voo das aves feita por ela configura-se como

- (A) uma analogia.
- (B) um contraste.
- (C) uma dedução.
- (D) uma exemplificação.
- (E) uma justificativa.

**QUESTÃO 06**

Leia o texto a seguir, cujo tema é a sigla FOMO (presente no 3º parágrafo do texto de Luciana Rodrigues).

“A FOMO é a sigla da expressão em inglês ‘fear of missing out’, que em português significa algo como ‘medo de ficar de fora’, e que se caracteriza por uma necessidade constante de saber o que outras pessoas estão fazendo, associado a sentimentos de ansiedade, que impactam fortemente as atividades de vida diária, assim como a produtividade no trabalho.

Pessoas que têm FOMO acabam, por isso, tendo uma necessidade constante em se atualizar nas redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter ou Youtube, mesmo durante a noite, no trabalho, durante as refeições ou ao dirigir, o que, por vezes, pode representar um perigo para a segurança.”

RAMIREZ, Gonzalo. FOMO (fear of missing out): o que é, sintomas, causas e como evitar. *Tua Saúde*, fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/fomo/>.

A partir da leitura desse trecho, é possível de se afirmar que a expressão “olá, FOMO” aparece no texto de Luciana Rodrigues como forma de

- (A) cumprimentar gentilmente as pessoas acometidas pela síndrome representada pela sigla.
- (B) comprovar a afirmação de que existe uma obsessão por uma constante atualização de informações.
- (C) justificar o porquê de a autora abordar o assunto da tecnologia em meio ao tópico da liderança.
- (D) criticar o modo desinteressado como as pessoas tratam a tecnologia em meio às atualizações do cotidiano.
- (E) orientar o leitor quanto à prevalência da síndrome citada em pessoas que se atualizam via tecnologias.

**QUESTÃO 07**

Ao implantar um show de talentos na empresa onde trabalhava, a autora se deparou com o incômodo e com a resistência de colegas de trabalho. Segundo suas reflexões no texto, isso aconteceu, pois

(A) os trabalhadores queriam seguir caminhos diversos dentro da empresa, e a participação em um show de talentos não estava nos objetivos deles.

(B) ela estava projetando sua própria definição de sucesso nos outros, o que se mostrou incompatível com a individualidade do conceito.

(C) os colaboradores não queriam alcançar o sucesso às custas de um projeto de talentos elaborado e executado por uma funcionária comum.

(D) ela lidou com trabalhadores preguiçosos e sem vontade de participar de tudo o que fosse diferente do que lhes era estabelecido como função.

(E) os quadros de timidez dentre os colegas de trabalho se mostraram muito sérios, a ponto de impedir muitos deles de manifestarem seus talentos.

**QUESTÃO 08**

No trecho “Assim como a ave líder que abre espaço para que outras sejam protagonistas, sempre tive como um dos meus mantras permitir que as pessoas ao meu redor voassem na frente.” (8º parágrafo), a autora se vale de uma linguagem figurada para dizer que ela

(A) sempre permitiu que seus subordinados fizessem trabalhos a ela delegados.

(B) já concedeu honrarias aos funcionários que mais se destacaram no trabalho.

(C) nunca permitiu que seus subordinados lhe faltassem com o respeito.

(D) sempre incentivou o protagonismo de seus funcionários na empresa.

(E) já dedicou muito de seu tempo à formação de jovens protagonistas no trabalho.

**QUESTÃO 09**

No trecho “Assim como a **ave líder** que abre espaço para que outras sejam protagonistas, sempre tive como um dos meus mantras permitir que as pessoas ao meu redor voassem na frente.” (8º parágrafo), as palavras em destaque são morfologicamente classificadas, na ordem em que aparecem, como

(A) substantivo e advérbio.

(B) adjetivo e substantivo.

(C) substantivo e verbo.

(D) adjetivo e advérbio.

(E) substantivo e adjetivo.

**QUESTÃO 10**

No sétimo parágrafo, a autora menciona um livro chamado “Livro da Desreceita”. Para formar a última palavra desse título, os organizadores da obra se valeram da derivação

(A) prefixal.

(B) sufixal.

(C) imprópria.

(D) regressiva.

(E) parassintética.

**QUESTÃO 11**

Em “Há poucos dias, recebi uma mensagem de uma profissional muito talentosa que trabalhou comigo.” (14º parágrafo), a vírgula foi empregada para

(A) separar elementos dispostos em uma sequência enumerativa.

(B) sinalizar a presença de itens lexicais que sofreram elipse.

(C) isolar uma expressão adverbial extensa deslocada.

(D) delimitar uma estrutura de aposto explicativo.

(E) isolar uma estrutura de vocativo.

---

**QUESTÃO 12**

---

Assinale a alternativa em que o conectivo destacado exerce, no texto de Luciana Rodrigues, a função indicada entre os colchetes.

- (A) “Bons líderes estão em constante desenvolvimento. **Por isso**<sub>[condição]</sub>, é normal e esperado cometer alguns erros nessa jornada.”
- (B) “Uma das iniciativas que implementei foi um ‘Talent Show’ **para que**<sub>[finalidade]</sub> as pessoas pudessem compartilhar seus projetos [...]”
- (C) “Mas por que as pessoas não “querem” ser protagonistas? Timidez? Preguiça? Não querem evoluir? **Ou**<sub>[adversidade]</sub>, simplesmente, por que escolheram um caminho diferente do meu?”
- (D) “**Quando**<sub>[proporção]</sub> levamos algo para o lado pessoal, presumimos que os outros sabem o que está em nosso mundo [...]”
- (E) “**Se**<sub>[concessão]</sub> voassem sozinhas, cada uma por si, demorariam mais tempo, e chegar ao seu destino seria uma tarefa muito mais árdua.”

---

**QUESTÃO 13**

---

Assinale a alternativa em cujo trecho foi utilizado um pronome relativo.

- (A) “Todas as pessoas vivem em seu próprio sonho, em sua própria mente [...]”
- (B) “[...] estão num mundo completamente diferente daquele no qual vivemos.”
- (C) “Passei por outras empresas depois dessa [...]”
- (D) “Aprendo [...]que liderar não é sobre agradar e fazer o esperado [...]”
- (E) “A formação em V também melhora a comunicação e a coordenação do bando.”

---

**QUESTÃO 14**

---

No excerto “Nem sempre o líder é aquele que está à frente do bando. Quando está **fatigado**, ele reveza a dianteira com a ave que está imediatamente atrás.” (2º parágrafo), a palavra em destaque pode ser substituída, sem que se altere o sentido original do enunciado, por

- (A) “aborrecido”.
- (B) “entusiasmado”.
- (C) “cansado”.
- (D) “alimentado”.
- (E) “fétido”.

---

**QUESTÃO 15**

---

Na frase “Faça um teste: tente lembrar a última vez que você sentiu tédio.” (3º parágrafo), há o predomínio de verbos no modo

- (A) indicativo.
- (B) imperativo.
- (C) subjuntivo.
- (D) infinitivo.
- (E) participial.

---

**QUESTÃO 16**

---

Assinale a alternativa que apresenta uma afirmação correta sobre o uso das aspas no texto de Luciana Rodrigues.

- (A) No 11º parágrafo, as aspas foram utilizadas para destacar termos estrangeiros.
- (B) No 7º parágrafo, as três ocorrências das aspas servem para destacar títulos.
- (C) No 14º parágrafo, as aspas foram empregadas para sinalizar uma fala em sentido figurado.
- (D) No 9º parágrafo, as aspas foram utilizadas para sinalizar um discurso indireto.
- (E) No 12º parágrafo, as aspas sinalizam uma palavra escrita de maneira informal.

**QUESTÃO 17**

Leia o excerto a seguir.

“Vivemos sob o impacto mundial das diferentes variantes do coronavírus que causa a covid-19. **Embora** contemos com tecnologia e conhecimento para que uma nova pandemia não nos pegue de surpresa, é preciso um investimento adicional: dirigir os esforços para a pesquisa da origem e da evolução desses vírus. Só assim aprimoraremos nosso entendimento sobre o comportamento e a diversidade das espécies para um combate mais eficaz e específico.”

BRANDÃO, Paulo Eduardo. A evolução não para. *Ciência Hoje*, 01 de abril de 2022. Disponível em: <https://cienciahoje.org.br/artigo/a-evolucao-nao-para/>.

A conjunção grifada nesse trecho pode ser substituída, sem prejuízo de sentido ao contexto em que ela foi empregada, por

- (A) “Contanto que”.
- (B) “Visto que”.
- (C) “À medida que”.
- (D) “Caso”.
- (E) “Não obstante”.

**QUESTÃO 18**

Leia o trecho a seguir.

“Emília tinha quatorze anos quando a vi pela primeira vez. Era uma menina muito feia, mas da fealdade núbil que promete a donzela esplendores de beleza.”

ALENCAR, José de. *Diva*. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000131.pdf>.

O grau em que o adjetivo “feia” foi empregado no trecho apresentado é o

- (A) comparativo de igualdade.
- (B) comparativo de superioridade.
- (C) superlativo relativo de superioridade.
- (D) superlativo absoluto analítico.
- (E) superlativo absoluto sintético.

**QUESTÃO 19**

Leia o fragmento abaixo, observando as lacunas deixadas.

“Florestas tropicais úmidas ou secas como \_\_\_\_ do Brasil devem perder vigor e crescer mais devagar \_\_\_\_ medida que a temperatura média global continuar subindo e a distribuição das chuvas continuar mudando ao longo do ano, intensificando a estiagem nas estações secas e o aguaceiro nas mais chuvosas. \_\_\_\_ conclusões resultam da análise de 347 cronologias (registros de variação de crescimento anual) elaboradas \_\_\_\_ partir de uma amostragem inicial de 7.751 árvores que crescem em cinco continentes entre os 30 graus de latitude norte e 30 graus sul (entre as cidades de Houston, no Texas, Estados Unidos, e Porto Alegre, RS, Brasil).”

FIORAVANTI, Carlos. Com mais calor e menos água, florestas crescem mais devagar. *Pesquisa Fapesp*, 18 de abril de 2022. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/com-mais-calor-e-menos-agua-florestas-crescem-mais-devagar/>.

Completam corretamente as lacunas do texto, na ordem em que elas aparecem,

- (A) às / a / Às / a.
- (B) as / a / As / à.
- (C) as / à / As / a.
- (D) às / à / Às / à.
- (E) às / a / As / à.

**QUESTÃO 20**

Dentre as alternativas a seguir, assinale aquela cuja frase apresenta TODAS as palavras grafadas segundo a ortografia oficial da língua portuguesa.

- (A) Foi aberta a disputa de nado sincronizado.
- (B) Para toda regra existe uma excessão.
- (C) A sessão com o psicólogo durou horas.
- (D) Aproveite o enejo e vá dormir mais cedo!
- (E) A fuisse do caseiro caiu dentro do rio.

**QUESTÃO 21**

Leia o fragmento a seguir, observando as palavras em destaque.

“Um sarcófago de chumbo encontrado em março, durante os trabalhos de **reconstrução** da catedral gótica de Notre-Dame, em Paris, será **reaberto** para estudos de seu conteúdo.

Durante avaliações estruturais para instalação de andaimes, visando restaurar o icônico pináculo de Notre-Dame destruído por um incêndio em 2019, **trabalhadores** encontraram uma tubulação de tijolos de um antigo sistema de aquecimento do século 19. O sarcófago estava **enterrado** 20 metros abaixo do solo em meio a estes tubos, no coração da catedral, entre as ruínas da nave e do altar.”

MISTERIOSO sarcófago encontrado debaixo da catedral de Notre-Dame será aberto. *Scientific American Brasil*, 18 de abril de 2022. Disponível em:

<https://sciam.com.br/misterioso-sarcofago-encontrado-debaixo-da-catedral-de-notre-dame-sera-aberto/>.

Sobre esses vocábulos, assinale a alternativa correta.

(A) Os vocábulos “reaberto”, “reconstrução” e “trabalhadores” são formados por derivação prefixal, enquanto “enterrado” apresenta formação por justaposição.

(B) Os vocábulos “reaberto” e “reconstrução” são formados por derivação prefixal, “trabalhadores” tem derivação por sufixação, e “enterrado” apresenta parassíntese.

(C) Os vocábulos “reaberto”, “reconstrução” e “trabalhadores” são formados por derivação sufixal, enquanto “enterrado” apresenta formação por aglutinação.

(D) Os vocábulos “reaberto” e “reconstrução” são formados por derivação sufixal, “trabalhadores” tem derivação por prefixação, e “enterrado” apresenta parassíntese.

(E) Os vocábulos “reaberto”, “reconstrução” e “trabalhadores” são formados por derivação parassintética, enquanto “enterrado” apresenta formação por justaposição.

**QUESTÃO 22**

No excerto a seguir, observe o emprego da preposição EM nas expressões indicadas entre os colchetes.

“Quando a nave Cassini, da Nasa, mergulhou [na atmosfera do planeta] para finalizar, [em 2017], sua missão que já durava 20 anos, ela se aprofundou [no planeta] e [em seus anéis]. O último ato antes da desintegração foi medir precisamente a quantidade de material nos anéis de Saturno, já que saber das densidades permite aos cientistas estabelecer a idade dos anéis.”

STRICKLAND, Ashley. Anéis de Saturno não surgiram junto ao planeta, diz estudo. *CNN Brasil*, 17 de abril de 2022.

Tecnologia. Disponível

em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/aneis-de-saturno-nao-surgiram-junto-ao-planeta-diz-estudo/>. Acesso em: 19 abr. 2022.

Sobre as ocorrências de EM no fragmento apresentado, pode-se afirmar que

(A) uma delas tem um sentido diferente das demais.

(B) duas delas têm sentidos diferentes das demais.

(C) três delas têm sentidos opostos aos das demais.

(D) todas elas apresentam sentidos diferentes entre si.

(E) todas elas veiculam o mesmo sentido.

**QUESTÃO 23**

A sentença em que o pronome oblíquo átono assinalado precisa vir em ênclise ao verbo é

(A) Eu **me** dediquei muito a uma carreira de que não gostava.

(B) Deus **nos** acuda nessa loucura pandêmica!

(C) Em **se** tratando de jogos, gostamos mais dos eletrônicos.

(D) Acordá-**los**-íamos assim que o dia raiasse.

(E) **Te** prepara para as provas de recuperação, meu jovem...

**QUESTÃO 24**

Leia o texto abaixo.

“O dia 19 de abril ficou conhecido no Brasil todo como o ‘Dia do Índio’. [...]

A origem da data remete a um protesto dos povos indígenas do continente americano ainda na década de 1940, quando um congresso organizado no México se propôs a debater medidas para proteger os índios no território.

O Congresso Indigenista Interamericano, realizado em Patzcuaro, aconteceu entre os dias 14 e 24 de abril de 1940.

Em princípio, os representantes indígenas haviam se negado a participar do evento, achando que não teriam voz ou vez nas reuniões - que seriam comandadas por líderes políticos dos países participantes. Os índios, então, fizeram um boicote nos primeiros dias, mas, justamente no dia 19 de abril, decidiram aparecer no congresso para tomar parte nas discussões.

Foi por conta disso que a data escolhida para celebrar o dia do índio acabou sendo essa.”

POR QUE 19 de abril virou ‘Dia do Índio’. *BBC News Brasil*, 19 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43831319>

Agora, analise as proposições a seguir.

I. O verbo “remeter” (1º parágrafo) é transitivo indireto, por isso exige a preposição “a”, que o segue no texto.

II. No terceiro parágrafo, as letras maiúsculas foram empregadas para indicar nomes próprios de entidades não-humanas.

III. Na expressão “líderes políticos” (4º parágrafo), ambas as palavras são classificadas como substantivos.

Está(ão) correta(s)

- (A) apenas a I.
- (B) a I e a II.
- (C) apenas a II.
- (D) a II e a III.
- (E) apenas a III.

**QUESTÃO 25**

Na frase “Com preço dos insumos \_\_\_\_\_, ração para pets deve ficar mais cara” (g1, 19/04/2022), deve ser colocado o adjetivo *alto*, o qual precisa vir

- (A) no masculino singular, pois deve concordar com “preço”.
- (B) no masculino plural, pois deve concordar com “insumos”.
- (C) no feminino singular, pois deve concordar com “ração”.
- (D) no feminino plural, pois deve concordar com “mais”.
- (E) no feminino singular, pois deve concordar com “cara”.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS****QUESTÃO 26**

O Marketing de Conteúdo é uma estratégia que tem como objetivo atrair e engajar o seu público-alvo, nutrindo-o com conteúdos relevantes de acordo com o estágio no processo de compra que ele se encontra. Uma empresa pioneira no uso da estratégia do Marketing de Conteúdo foi:

- (A) Goodyear.
- (B) Michelin.
- (C) Coca-Cola.
- (D) McDonalds.
- (E) Firestone.

**QUESTÃO 27**

O Marketing de Conteúdo trabalha as diferentes etapas do funil de vendas, gerando conteúdos específicos para cada uma delas. Faz parte da estratégia de:

- (A) Inbound Marketing.
- (B) Outbound marketing.
- (C) Endomarketing.
- (D) Marketing local.
- (E) Marketing Direto.



---

**QUESTÃO 28**

---

Este tipo de conteúdo não é criado pela empresa, mas sim pelos fãs ou outros usuários. Com isso a marca ganha espaço na mídia sem precisar pagar por ele. Em geral, são mensagens compartilhadas por fãs nas redes sociais, podendo ter os mais diversos formatos. Trata-se de:

- (A) Fanfic.
- (B) Fanzinagem.
- (C) Mídia espontânea.
- (D) Mídia alternativa.
- (E) Fanart.

---

**QUESTÃO 29**

---

MQL ou Marketing Qualified Leads, são as leads que foram nutridas e qualificadas pelo time de Marketing, encaminhando para ficarem prontas para o time de vendas. Quando esses leads estão prontos para serem abordados pelo time de vendas, eles se tornam:

- (A) LSs ou Lead Scoring.
- (B) CLs ou Cold Leads.
- (C) WLs ou Warm Leads.
- (D) HLs ou Hot Leads.
- (E) SQLs ou Sales Qualified Leads.

---

**QUESTÃO 30**

---

É o processo, normalmente automatizado em uma sequência de e-mails, que têm o objetivo de estreitar relacionamento com o prospecto e aproximá-lo do momento da compra.

- (A) Geração de leads.
- (B) Landing page.
- (C) Lead scoring.
- (D) Nutrição de leads.
- (E) Taxa de conversão.

---

**QUESTÃO 31**

---

Esse tipo de configuração dispara uma mensagem a partir de uma ação tomada pelo usuário. Por exemplo, você pode programar para que todas as pessoas que clicarem em um determinado link da sua newsletter recebam um segundo e-mail com mais informações sobre o assunto. Também podem ser usados em outras situações, como vídeos, páginas, etc. Trata-se de:

- (A) Gatilho de E-mail.
- (B) E-mail espontâneo.
- (C) E-mail condicional.
- (D) Banner.
- (E) Chatbots.

---

**QUESTÃO 32**

---

Método de cobrança de anúncios no qual o valor a ser pago depende do número de cliques realizados. É utilizado, por exemplo, pelo Google Adwords e Facebook Ads.

- (A) CTA (Call-To-Action).
- (B) CRO (Conversion Rate Optimization).
- (C) CPA (Custo por Aquisição).
- (D) CPC (Custo por Clique).
- (E) CTR (Click Through Rate).

---

**QUESTÃO 33**

---

Algoritmo do Facebook que determina quais posts são relevantes o suficiente para aparecer no feed de notícias do usuário. Leva em consideração três fatores principais: formato do post (imagem, texto, vídeo), idade da postagem (quanto mais recente, melhor) e afinidade (se houve interações anteriores com a fanpage).

- (A) Entrega.
- (B) EdgeRank.
- (C) Distribuição.
- (D) Conteúdo viral.
- (E) Conteúdo pago.

---

**QUESTÃO 34**

---

No funil de vendas, que costuma ser dividido em três fases, estão os diferentes estágios em que os potenciais clientes se encontram no processo de venda.

No \_\_\_\_\_ do funil são usados conteúdos introdutórios com o objetivo de transformar o visitante em um lead. No \_\_\_\_\_ do funil, os conteúdos são um pouco mais aprofundados, buscando fortalecer o relacionamento com o usuário e gerar demanda pelo produto ou serviço. No \_\_\_\_\_ do funil, o prospecto está próximo da compra e, nesse caso, os conteúdos devem tirar dúvidas específicas, quebrar objeções e mostrar estudos de caso.

Preenchem corretamente e respectivamente as lacunas:

- (A) começo - meio – fim.
- (B) fim - meio – começo.
- (C) básico - intermédio – avançado.
- (D) topo - meio – fundo.
- (E) fundo - meio – topo.

---

**QUESTÃO 35**

---

Consiste em impactar usuários que já tiveram contato com a sua mensagem, site ou conteúdo. Isso é possível por meio da tecnologia, utilizando os cookies dos navegadores de internet. Dessa forma você pode, por exemplo, configurar uma campanha para ser exibida a todas as pessoas que visitaram a sua página de vendas na última semana. Esta estratégia é:

- (A) Refação.
- (B) Requalificação.
- (C) Segmentação.
- (D) Remarketing.
- (E) Retargeting.

---

**QUESTÃO 36**

---

I- É o conjunto de estratégias com a finalidade de promover um site nas buscas do Google, Bing, Yahoo!, etc. Engloba tanto a parte de Links Patrocinados (Google Adwords, por exemplo) como busca orgânica.

II- É a prática de preparar um website para ser rapidamente, facilmente e devidamente indexado pelo Google ou outros motores de busca. Por meio de estratégias, um site pode conquistar uma melhor posição nas pesquisas, obtendo mais tráfego vindo das buscas orgânicas.

Correspondem à estes mecanismos:

- (A) I- SEM e II- SEO.
- (B) I- SEO e II- SEM.
- (C) I- SEM e II- SERP.
- (D) I- SERP e II- SEO.
- (E) I- SERP e II- SQL.

---

**QUESTÃO 37**

---

É uma métrica financeira baseada na relação entre o dinheiro ganho e o dinheiro aplicado em um investimento. Esse cálculo de retorno é muito usado no marketing para validar os investimentos realizados.

- (A) IBL (Integrated Bottom Line).
- (B) TBL (Triple Bottom Line).
- (C) RIF (Return Index Formula).
- (D) ROI (Return On Investment).
- (E) ROE (Return On Equity).

**QUESTÃO 38**

O marketing não só influencia os lucros líquidos, mas também pode afetar os níveis de investimento. Novas fábricas e equipamentos, estoques e contas a receber são três das principais categorias de investimentos que podem ser afetados por decisões de marketing. De acordo com um estudo recente, parcerias de negócios com \_\_\_\_\_ podem trazer um retorno de investimento maior do que colaborações com \_\_\_\_\_. (CHIDIADI, M. 2017).

Preenchem corretamente as lacunas:

- (A) micro celebridades; grandes influenciadores.
- (B) grandes celebridades; micro influenciadores
- (C) micro influenciadores; grandes celebridades.
- (D) macro influenciadores; grandes celebridades.
- (E) macro influenciadores; subcelebridades.

**QUESTÃO 39**

São indicadores quantitativos definidos como parte da estratégia de marketing digital de uma empresa utilizados para mensurar as ações e monitorar o cumprimento das metas, acompanhando o progresso com base nos números.

- (A) GHs (Growth Hacking).
- (B) KPIs (Key Performance Indicators).
- (C) KRI (Key Risk Indicator).
- (D) KRA (Key Result Area).
- (E) ERP (Enterprise Resource Planning).

**QUESTÃO 40**

Representa o cliente ou consumidor ideal para um produto ou serviço da empresa. Reúne características demográficas (nome, idade, gênero, escolaridade, etc.) e comportamentais (gostos, preferências, aspirações, frustrações, etc.). Trata-se de:

- (A) Proto Persona.
- (B) Website Persona.
- (C) User Persona.
- (D) Brand Persona.
- (E) Buyer Persona.

**QUESTÃO 41**

É um documento que registra os dados necessários para guiar a criação e execução de um projeto. Esse documento destaca informações como objetivo, orçamento, prazo e público, além de informações sobre a empresa, sua área de atuação, seus desafios e necessidades. É, sobretudo, um documento de alinhamento entre ambas as partes de um projeto.

- (A) Brainstorm.
- (B) Briefing.
- (C) Core business.
- (D) Press release.
- (E) Whitepaper.

**QUESTÃO 42**

\_\_\_\_\_ são estratégias de marketing especialmente desenhadas para atuar em pequenas amostras de mercado ou com um público altamente segmentado.

Preenche corretamente a lacuna:

- (A) Micromarketing.
- (B) Benchmarking.
- (C) Endomarketing.
- (D) Exomarketing.
- (E) Marketing Omnichannel.

**QUESTÃO 43**

O uso e veiculação destes materiais cresceu exponencialmente nos últimos anos, mais precisamente, a partir do ano de 2011, quando as buscas pelo tema aumentaram cerca de 800%.

O motivo para que isso acontecesse, foi a percepção de que, em ambientes digitais, destacam-se os conteúdos mais objetivos e fáceis de serem absorvidos.

Após essa descoberta, a produção destes materiais tornou-se prioridade em muitas estratégias de Marketing Digital.

É um conteúdo explicativo que une informações verbais e visuais, transmitindo dados e conceitos de forma fácil. Isso garante o entendimento do leitor mesmo em temas complexos. Costumam conter textos, ilustrações, gráficos, sons, ícones e outros tipos de mídia em sua produção.

O tipo de conteúdo referido é:

- (A) Gifs.
- (B) Infográfico.
- (C) Webnário.
- (D) Newsletter.
- (E) Memes.

**QUESTÃO 44**

Distribuição de amostras de conteúdos e serviços. Pode ser usado para realizar testes ou para tentar conquistar clientes. Esta prática é conhecida como:

- (A) Holding.
- (B) Prospect.
- (C) SWOT.
- (D) Sampling.
- (E) Follow-up.

**QUESTÃO 45**

O tráfego orgânico é aquele proveniente de uma busca feita nos mecanismos de busca sem que seja através de um link patrocinado/anúncio. Quanto maior o tráfego orgânico, mais significa que:

- (A) Algum banner usado está bem ranqueado.
- (B) Alguma imagem usada está bem ranqueada.
- (C) Alguma palavra-chave usada está bem ranqueada.
- (D) Alguma ação usada está bem ranqueada.
- (E) A empresa promovida está bem ranqueada.

**QUESTÃO 46**

Termo que se refere à quantidade de pessoas que completaram alguma ação desejada no site, como o download de algum material ou o preenchimento de algum formulário.

- (A) Monthly Recurring Revenue ( MRR).
- (B) Clickthrough Rate (CTR).
- (C) Gross Rating Point (GRP).
- (D) Lifetime Value (LTV).
- (E) Conversion Rate (CR).

**QUESTÃO 47**

Market share é:

- (A) O percentual de participação de uma empresa em um mercado ou segmento.
- (B) A interação que os usuários têm com os conteúdos publicados por uma marca.
- (C) O valor que um cliente gastará com seu negócio durante o tempo de relacionamento com ele.
- (D) O valor que uma empresa ou agência recebe por mês de um cliente.
- (E) Um conjunto de conhecimentos específicos sobre algum assunto ou área.

**QUESTÃO 48**

O ato de distribuir os custos de produção e mantê-los mais baixos para liderar um segmento é conhecido como:

- (A) Know-how.
- (B) Light User.
- (C) Revenue Share.
- (D) Overall cost leadership.
- (E) Cascading Style Sheets.

**QUESTÃO 49**

Podcasts são programas semelhantes aos de rádio, porém com a particularidade de serem disponibilizados em sites e plataformas, assim, o conteúdo é acessado sob demanda e pode ser ouvido no momento em que o ouvinte quiser. O formato tem uma alta potência de comunicação, que pode levar aos consumidores informação, educação, entretenimento e mais.

Spotify, WeCast, Pocket Casts, Overcast e Stitcher Radio são conhecidos:

- (A) Agregadores de podcasts.
- (B) Produtores de podcasts.
- (C) Tipos de podcasts.
- (D) Realizadores de podcasts.
- (E) Diretrizes de podcasts.

**QUESTÃO 50**

São exemplos de conteúdo que pode gerar receita no Youtube, EXCETO:

- (A) Uso de clipes para fazer a análise crítica de uma obra.
- (B) Uma cena de um filme que teve o diálogo reescrito e recebeu uma nova locução.
- (C) Vídeos curtos de outras mídias sociais compilados.
- (D) Vídeos de reação com comentários sobre o conteúdo original.
- (E) Filmagens editadas de outros criadores de conteúdo com a adição de uma narrativa ou comentários.