

QUESTÃO DISCURSIVA 01-----

TEXTO 1

A Fiocruz é uma instituição de ciência, saúde e educação, vinculada ao Ministério da Saúde, que completou 120 anos. Com várias ações de pesquisa, de desenvolvimento de tecnologias, de produção de vacinas e medicamentos, a Fiocruz se dedica a enfrentar grandes desafios sanitários. Seu trabalho é fundamental para pensarmos em um país com mais justiça e equidade.

Disponível em: <https://www.anped.org.br/News/sbpc-divulga-manifesto-em-defesa-da-educacao-da-ciencia-eda-democracia>.

Acesso em: 8 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Com a pandemia do novo coronavírus, intensificaram-se as dificuldades e limitações físicas, orçamentárias e estruturais para a pesquisa científica. Durante o período de isolamento social, com o fechamento das salas de aula e dos laboratórios, as universidades, com seus professores, acadêmicos e funcionários, precisaram se reinventar. O fazer ciência é um processo complexo que envolve pesquisadores, acadêmicos, estrutura física, horas de dedicação, testes, erros e acertos. Muitas vezes, é preciso também recomeçar, buscar novas metodologias, olhar o resultado por outro viés e reaprender a ler o que se descobriu. Por tudo isso, a pesquisa não é algo que se faz da noite para o dia, e produzi-la é ainda mais desafiador.

Disponível em: <https://www.upf.br>. Acesso em: 6 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 3

A tabela a seguir apresenta a variação do orçamento federal nos anos de 2020 e 2021.

Pasta	Orçamento Federal em 2021 (em bilhões de R\$)	Variação (2020 - 2021)
Agricultura	10,42	- 0,2%
Cidadania	103,9	+ 22,1%
Ciência, Tecnologia e Inovações	8,36	- 28,7%
Defesa	65,33	- 9,8%
Desenvolvimento Regional	10,68	+ 23,6%
Economia	569,49	- 4,6%
Educação	74,56	- 27,1%
Infraestrutura	17,29	- 8,1%

Justiça e Segurança Pública	11,46	- 11,7%
Meio Ambiente	2	- 25,1%
Minas e Energia	8,94	+ 44,2%
Mulher, Família e Direitos Humanos	0,52	+ 44,4%
Relações Exteriores	1,97	- 17,2%
Saúde	136,23	+ 4,8%
Turismo	1,73	- 5,5%

PLOA – PLN 28/2020, com as alterações do Congresso Nacional e Consultoria de Orçamento do Senado Federal. Agência Senado.

Com base nas informações dos textos e da tabela apresentados e considerando o contexto da pandemia de Covid-19, faça o que se pede nos itens a seguir.

- Discuta por que os investimentos públicos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento científico de um país. (valor: 5,0 pontos)
- Explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

a) O estudante deverá objetivamente recorrer a elementos presentes no texto e na tabela apresentada, considerando a realidade do baixo investimento em ciência, tecnologia e inovação, bem como em educação. Nesse sentido, espera-se que ele justifique a necessidade de investimento em ciência, tecnologia e educação recorrendo a pelo menos um dos seguintes exemplos:

- Investimento público em pesquisa e desenvolvimento por intermédio de universidades públicas e institutos de pesquisa.
- Pesquisas realizadas em outros países que possibilitaram acesso mais rápido às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil.
- Pesquisadores das universidades brasileiras como protagonistas nas orientações e informações a respeito da Covid-19, junto aos meios de comunicação.
- Desenvolvimento de equipamentos como máscaras e respiradores que foram alternativamente implementados e viabilizados por pesquisa e extensão universitárias.
- Bolsas de pesquisa e outros investimentos como elementos-chave para o desenvolvimento de pesquisa e extensão.

b) O estudante deverá objetivamente apresentar seu argumento, podendo fundamentar-se em aspectos como:

- O papel das universidades, em seu compromisso com a justiça social e equidade, implementado por meio do ensino, pesquisa e extensão.
- O investimento público em pesquisa, tecnologia e educação como garantia de acesso igualitário da população aos recursos de saúde, em contraponto ao investimento privado, com vistas à comercialização a partir de prioridades empresariais.
- A política pública de distribuição de vacinas gratuitas, por intermédio do Programa Nacional de Imunização (PNI), que possibilitou o acesso às vacinas para toda a população.
- As questões econômicas mundiais, que acabaram determinando uma distribuição desigual de recursos de saúde em escala global, com as superpotências econômicas retendo boa parte destes recursos.

QUESTÃO DISCURSIVA 02-----

O patriarcado (ou dominação masculina) é composto por diferentes estruturas que se conectam na reprodução das desvantagens e da vulnerabilidade das mulheres nas sociedades contemporâneas. A violência sexual é uma delas; a exclusão política é outra. Embora essas não esgotem todas as estruturas de dominação, são elas que, em conjunto com a divisão sexual do trabalho, são mais determinantes. Ambas se alimentam e, ao mesmo tempo, ativam estereótipos de gênero em que o feminino convencional está associado à domesticidade e à aceitação, pelas mulheres, da autoridade masculina.

Algumas farsas ocupam papel importante na justificação da violência contra as mulheres, tanto na violência da exclusão política quanto na sexual. Uma dessas farsas é a de que as mulheres não se interessam pela política. Nesse sentido, estaríamos diante da autoexclusão. A outra é que as mulheres seriam as culpadas pela violência sexual que sofrem sistematicamente. Aqui, o problema seria que elas estão onde não deveriam estar, se vestem como não deveriam, isto é, se comportam como se fossem livres.

BIROLI, F. Mulheres, política e violência. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br>. Acesso em: 18 jul. 2022 (adaptado).

Com base no texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Discorra sobre a relação entre o patriarcado estrutural e a desigualdade entre homens e mulheres.
(valor: 5,0 pontos)
- b) Proponha duas ações do Estado para o enfrentamento dos diferentes tipos de violência contra a mulher. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

- a) O estudante deve considerar na sua análise o entendimento do patriarcado como um sistema de dominação e hierarquia masculina que se expressa em diferentes formas de desigualdade entre os sexos. No entendimento de patriarcado, pode-se explicitar sua dimensão estrutural, com base, por exemplo, na divisão sexual do trabalho, na desigualdade econômica entre homens e mulheres, na sub-representação das mulheres na política e em cargos de poder. O estudante deve ainda, ressaltar questões culturais, como a educação sexista e a mídia que coisificam a imagem das mulheres e naturalizam a desigualdade entre os sexos, de forma a considerar os homens como dominantes enquanto as mulheres são historicamente tidas como submissas e incapazes.
- b) Espera-se que o estudante aponte a importância do papel do Estado na implementação de mecanismos jurídicos e normativos voltados à proteção da mulher; políticas públicas (saúde, educação não sexista, assistência social, etc) serviços e equipamentos sociais (delegacias especializadas; defensoria pública especializada; casa abrigo; centro de referência, juizado especial) para o acolhimento e atendimento às mulheres vítimas de violência, bem como para a prevenção e enfrentamento às violências. Também pode ser destacada a importância de políticas de incentivo à qualificação profissional, fundamental para garantir atendimento adequado às mulheres, de forma a não revitimizá-las.

Também pode ser ressaltada a relação do Estado com as ONGs, conselhos de direitos, movimentos de mulheres e diferentes representações da sociedade civil para o enfrentamento e a desnaturalização da desigualdade, o que pode contribuir para criação de uma cultura que dissemine práticas não sexistas e defensoras da igualdade de gênero.

QUESTÃO DISCURSIVA 03-----

TEXTO 1

Uma pesquisa recente revelou que influenciadores digitais são a segunda fonte para tomada de decisão na compra de produtos, perdendo apenas para amigos e parentes. Em segmentos específicos, como alimentos e beleza, o poder de alcance dos influenciadores é ainda maior, tanto na apresentação de novos produtos como na alavancagem de vendas.

Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br>. Acesso em: 6 maio 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Episódios recentes envolvendo declarações preconceituosas por parte de personalidades do ambiente digital fizeram as empresas repensarem a relação com os influenciadores. De acordo com o presidente de uma agência brasileira, as marcas erraram ao firmar parcerias com influenciadores apenas com base na audiência, e não na relevância, considerando-os como mídia, e não como produtores de conteúdo.

Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br>. Acesso em: 6 maio 2022.

Considerando o papel dos influenciadores digitais no planejamento de comunicação integrada das empresas e instituições na atualidade e os aspectos que devem orientar a tomada de decisão sobre parcerias com personalidades às quais uma marca se associa no ambiente digital, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Apresente duas características do influenciador que devem ser avaliadas para associação com a marca.
(valor: 5,0 pontos)
- b) Explique duas características do público-alvo que devem estar associadas à escolha do influenciador.
(valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

a) Exemplos de características do influenciador:

- 1) perfil do influenciador: histórico e reputação do influenciador. Embora a empresa ou instituição não tenha controle sobre o comportamento e o discurso da personalidade, conhecer sua trajetória dentro e fora do ambiente digital é importante para evitar parcerias com figuras polêmicas ou controversas;
- 2) conteúdo produzido pelo influenciador: relevância para o seu público-alvo, para além de dados numéricos referentes ao alcance dos canais da personalidade; qualidade do conteúdo produzido, o que não apenas favorece a percepção positiva sobre a marca e seus produtos quando divulgados pela personalidade, mas também aumenta o alcance orgânico das publicações; credibilidade do influenciador, verificação de sua formação (se um especialista no segmento do produto e/ou marca);
- 3) engajamento do influenciador: representado por comentários, curtidas e compartilhamentos, o que facilita a propagação dos seus conteúdos, na avaliação da interação do público com o influenciador;
- 4) plataformas em que o influenciador está presente: pertinência dos canais em que o influenciador está presente (*sites* de redes sociais, *blog*, *microblog*, plataforma de vídeo) em relação aos canais acessados pelo seu público-alvo.

b) Exemplos de características do público-alvo:

- 1) aspectos psicográficos e demográficos condizentes com o que a empresa tem como objetivos;
- 2) pertinência da persona de compra com o que foi idealizado pela organização e com aquela representada pelo influenciador.

QUESTÃO DISCURSIVA 04-----



Em 2022, o Spotify lançou sua primeira ativação no Metaverso, por meio da qual espera chamar a atenção de um público mais jovem. A gigante do *streaming* de música apresentou a Spotify Island, uma nova ativação no Roblox, descrita como um paraíso de som em que fãs e artistas de todo o mundo podem sair e explorar um “país das maravilhas” de sons, ações e produtos exclusivos. A Ilha do Spotify parece um paraíso virtual da marca: a paisagem está repleta do mesmo tom distinto de verde da logomarca do Spotify, e a empresa diz que os visitantes terão a chance de colecionar o ícone de *like* em formato de coração, que pode ser trocado por produtos exclusivos no mundo virtual.

Disponível em: <https://www.thedrum.com>. Acesso em: 19 ago. 2022 (adaptado).

Considerando o texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Explique por que uma marca busca trabalhar com as tendências digitais em suas estratégias de marketing. (valor: 5,0 pontos)
- b) Descreva dois motivos que ajudem a mostrar a relevância do Metaverso para a marca Spotify. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

a) Possibilidades de explicações:

- 1) As marcas trabalham ligadas ao comportamento do consumidor e precisam estar atentas às mudanças da sociedade, sejam elas relativas a tecnologia, consumo ou ambiente competitivo.
- 2) Inovação e criatividade em produtos e serviços, e ações de *marketing* digital das empresas.
- 3) Aumento da visibilidade da marca.
- 4) Obtenção de vantagem competitiva frente aos concorrentes.

b) Exemplos de motivos:

- O Spotify busca um público mais jovem, geralmente associado à tecnologia e com acesso à plataforma Roblox.
- O Spotify, por ser uma empresa que nasceu no ambiente digital, tem mais proximidade com as dinâmicas do mundo digital.
- O Spotify, devido ao ambiente competitivo e em constante evolução, precisa manter-se atual, demonstrando inovação e diferenciação.
- O Spotify busca manter-se à frente da concorrência; tendência de migração das empresas para o universo *on-line*; fortalecimento do relacionamento com os atuais consumidores; alcance de novos consumidores; reforço do posicionamento da marca; aumento do valor da marca.

QUESTÃO DISCURSIVA 05-----

Em 2020, com a pandemia de Covid-19, muitas empresas, de uma hora para outra, tiveram os seus processos alterados. Os comércios foram obrigados a encerrar o atendimento presencial interno em seus estabelecimentos, podendo apenas entregar no balcão ou pelo sistema de *delivery*.

Nesse contexto, o proprietário de uma tradicional pizzaria passou a enfrentar uma situação que o deixou apreensivo, sobretudo, com seu processo de comunicação. Por se tratar de um comércio muito tradicional em um importante bairro da cidade, o proprietário nunca havia se preocupado com ações promocionais frequentes, pois já possuía alta demanda.

Ele viu o seu faturamento despencar, uma vez que seu sistema estava completamente dependente da ida dos clientes até o seu estabelecimento. Até aquele momento, ele nunca havia se preocupado em fazer alguma ação para atrair os consumidores e sequer tinha página na internet ou perfil em redes sociais. Com a queda no faturamento, teve que pensar rapidamente em seu processo de comunicação *on-line* e *off-line* e em novas estratégias de marketing de varejo.

De acordo com as estratégias de comunicação integrada e considerando a situação hipotética apresentada no texto, descreva uma ação de marketing *on-line* e uma ação de marketing *off-line* que podem ser realizadas pelo proprietário da pizzaria, de modo que fique clara a integração entre elas. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA-----

São exemplos de ações que compõem a comunicação integrada *on-line* e *off-line*:

- criação de uma página na internet com as principais informações da empresa;
- criação de perfil em redes sociais, o que tornaria mais ágil e constante a comunicação com os clientes antigos e auxiliaria na captação de novos clientes;
- criação de um cadastro de clientes com registro de suas preferências, visando à realização de ações estratégicas de divulgação;
- lançamento de campanhas promocionais, como valores diferenciados a cada dia da semana, cupons de desconto, cartelas de fidelidade;
- oferta de serviço de *delivery* próprio ou integrado com aplicativos diversos;
- aumento da proximidade afetiva com a marca, como, por exemplo, por meio de mensagens de otimismo nas embalagens.