

## Formação Geral

### QUESTÃO DISCURSIVA 1



A paquistanesa Malala Yousafzai, de dezessete anos de idade, ganhou o Prêmio Nobel da Paz de 2014, pela defesa do direito de todas as meninas e mulheres de estudar. “Nossos livros e nossos lápis são nossas melhores armas. A educação é a única solução, a educação em primeiro lugar”, afirmou a jovem em seu primeiro pronunciamento público na Assembleia de Jovens, na Organização das Nações Unidas (ONU), após o atentado em que foi atingida por um tiro ao sair da escola, em 2012. Recuperada, Malala mudou-se para o Reino Unido, onde estuda e mantém o ativismo em favor da paz e da igualdade de gêneros.

Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br>>. Acesso em: 18 ago. 2015 (adaptado).

A partir dessas informações, redija um texto dissertativo sobre o significado da premiação de Malala Yousafzai na luta pela igualdade de gêneros. Em seu texto, aborde os seguintes aspectos:

- a) direito das jovens à educação formal; (valor: 5,0 pontos)
- b) relações de poder entre homens e mulheres no mundo. (valor: 5,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve elaborar um texto dissertativo que contemple alguns dos seguintes argumentos e exemplos possíveis:

#### Item a:

Caminhos para condução das respostas a respeito do Direito das meninas/jovens/mulheres:

- Todo cidadão tem o direito à educação com base no texto da Constituição Brasileira;
- Direito à educação apoiado no Estatuto da Criança e do Adolescente;
- Direito à educação apoiado na Declaração dos Direitos Humanos;
- Universalização de direitos;
- Educação como ponte para o aprimoramento de ideias;
- Reflexões críticas a respeito de situações em que se observa obstáculo ao livre acesso à educação;
- Vinculação entre educação e paz social.

#### Item b:

Caminhos para condução das respostas a respeito das relações de poder entre homens e mulheres:

- Violência física e psicológica contra a mulher, incluindo a Lei Maria da Penha, no caso específico do Brasil;

- Tolerância/intolerância a vestimentas, trajes, comportamentos socialmente estereotipados;
- Aspectos socioculturais que impõem à mulher uma condição de submissão na sociedade, tais como: mutilação, impossibilidade de manifestar seus desejos e posicionamentos em algumas culturas, entre outros;
- Igualdade/desigualdade de gênero, por exemplo, no mercado de trabalho, em relação à desigualdade salarial;
- Ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade: referência a esses ideais como possibilidade de equilibrar as relações de poder entre homens e mulheres.

## QUESTÃO DISCURSIVA 2

---

Após mais de um ano de molho, por conta de uma lei estadual que coibia sua realização no Rio de Janeiro, os bailes *funk* estão de volta. Mas a polêmica permanece: os *funkeiros* querem, agora, que o ritmo seja reconhecido como manifestação cultural. Eles sabem que têm pela frente um caminho tortuoso. “Muita gente ainda confunde *funkeiro* com traficante”, lamenta Leonardo Mota, o MC Leonardo. “Justamente porque ele tem cor que não é a branca, tem classe que não é a dominante e tem moradia que não é no asfalto.”

Disponível em: <<http://www.rhbn.com.br>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Todo sistema cultural está sempre em mudança. Entender essa dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário entender as diferenças dentro de um mesmo sistema. Esse é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e “admirável mundo novo” do povo.

LARAIA, R. B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 (adaptado).

Com base nesses excertos, redija um texto dissertativo, posicionando-se a respeito do reconhecimento do *funk* como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira. (valor: 10,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve elaborar um texto dissertativo que aborde os seguintes aspectos:

- 1) reconhecer o caráter dinâmico da cultura, trazendo elementos dos textos 1 e 2 (padrão de resposta), e com base nesses textos posicionar-se a respeito do reconhecimento do funk como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira (enunciado da questão);
- 2) situar o funk dentro das reflexões do segundo texto (Laraia, 2008), abordando aspectos como mudança, preconceito, diferença, relações interculturais;
- 3) clareza na exposição das ideias.

**Obs.:** As notas serão atribuídas de acordo com o preenchimento dos critérios citados acima e considerando três correntes interpretativas que podem estar presentes nas respostas: a favor, contra e intermediária em relação ao reconhecimento do funk como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira.

## Tecnologia em Marketing

### QUESTÃO DISCURSIVA 3

---

Considere o caso de companhias aéreas tradicionais que estiveram em equilíbrio, atuando em rotas bastante regulares e lucrativas, e o surgimento, no mercado, de companhias aéreas de baixo custo, inicialmente estabelecidas em rotas pouco desejadas, não havendo qualquer reação competitiva por parte das companhias tradicionais. Após firmar-se e fortalecer-se, as novas companhias passaram a disputar as rotas principais com as tradicionais.

Levando em conta que o desenvolvimento de uma vantagem competitiva deve basear-se em sólida análise da concorrência e que um dos modelos práticos para essa análise é o das cinco forças, de Michael Porter, faça o que se pede nos itens a seguir, orientando-se por esse modelo.

- a) Identifique o tipo de ameaça sofrida pelas companhias aéreas tradicionais e descreva como ela ocorre. (valor: 4,0 pontos)
- b) Descreva dois exemplos de barreiras que as companhias tradicionais poderiam criar para evitar a ameaça da concorrência. (valor: 6,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

a) Identificar ameaças relativas à atratividade do mercado em questão, como consequência de um cenário mais competitivo, segundo o modelo de Porter, associado ao conceito de novos entrantes.

Descrever que esta ameaça ocorre quando empresas com base em outros mercados ganham força suficiente para expandir sua atuação e avançar sobre indústrias já consolidadas, gerando uma nova dinâmica competitiva, conforme explicitado no texto base. Ou ainda descrever a relação entre estrutura de custos e nível de serviço.

b) Descrever duas barreiras aplicáveis, tais como:

- aumento na diferenciação e qualidade dos serviços atuais, levando o consumidor a uma fidelidade às companhias tradicionais;
- estabelecimento de parcerias com hotéis, agências de turismo e seguradoras, de forma a gerar vantagens adicionais para os clientes;
- trabalho de fortalecimento de marca;
- melhoria na qualidade e reputação dos produtos de forma que os novos concorrentes tenham que dispensar recursos por muito tempo para convencer o cliente de sua qualidade.

#### QUESTÃO DISCURSIVA 4 ---

Nos novos formatos de açougues, não basta mais pedir um pedaço de filé ou de picanha. As embrionárias butiques de carne (açougues *premium*), já comuns em metrópoles como Nova York, Paris e Londres, começam a proliferar nas grandes capitais brasileiras. “As carnes de segunda sumiram das prateleiras, hoje focamos em itens dificilmente encontrados nos varejos tradicionais”, conta um empresário que investiu duzentos mil reais na transformação do seu antigo açougue, na tentativa de posicioná-lo como butique de carne.

Disponível em: <<http://vejario.abril.com.br>>. Acesso em: 26 jul. 2015 (adaptado).

A partir das informações do texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Indique a consequência, para um açougue, caso as ações de diferenciação para posicioná-lo como butique de carne não sejam percebidas pelo público-alvo. (valor: 4,0 pontos)
- b) Descreva quatro ações de diferenciação que podem ser utilizadas pelos empresários para posicionar seus açougues como butiques de carne. (valor: 6,0 pontos)

#### PADRÃO DE RESPOSTA

a) Indicar como consequência impactos financeiros ou mercadológicos ou institucionais negativos, como por exemplo:

- mencionar que o empreendimento não terá sucesso, visto que o público-alvo não perceberá o diferencial e buscará outras alternativas;
- mencionar que o público-alvo anterior desse açougue também buscará outras alternativas, pois perceberá os produtos muito caros.

b) Descrever quatro das seguintes ações:

- Ofertar variedades de carnes de diferentes raças;
- Ofertar variedade de produtos com procedência de diversos países;
- Ofertar variedades de marcas de frigoríficos (fornecedores);
- Disponibilizar itens dificilmente encontrados no varejo;
- Realizar parcerias estratégicas com formadores de opiniões (chefs e restaurantes requintados);
- Desenvolver a qualidade do produto, agregando valor aos itens ofertados;
- Oferecer atendimento diferenciado;
- Implementar um ponto de venda sofisticado;
- Instituir ações de comunicação coerentes com o perfil do serviço;
- Oferecer sistema *delivery*.

## QUESTÃO DISCURSIVA 5 ---

O marketing digital é aplicado do mesmo modo que qualquer outra campanha de marketing: tanto com planejamento e estratégias de execução, quanto com metas objetivas que visam o desafio de promover produtos, serviços e marcas. A divulgação pode ser apresentada ao público por meio do uso de diversas mídias, sendo a rede social uma das melhores opções. Por isso, vale muito a pena compreender melhor esse meio de comunicação.

A partir do texto, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Apresente três argumentos em defesa do uso de comunicação em redes sociais, considerando a sua contribuição para solidificar a marca no mercado. (valor: 6,0 pontos)
- b) Explique de que forma uma ação de marketing pode gerar mídia espontânea por meio da divulgação em uma rede social. (valor: 4,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

a) Apresentar três dos seguintes argumentos em defesa do uso de comunicação em redes sociais:

- Divulgação rápida de ações relacionadas à marca;
- Respostas rápidas para os *stakeholders*;
- Canal de relacionamento;
- Custo baixo;
- Ampliação da visibilidade;
- Interatividade com *stakeholders*;
- O aumento do uso das redes sociais pelos consumidores;
- Ferramenta que permite a comunicação em massa e também segmentada;
- Alinhamento com as novas tecnologias;
- Distribuição por meio de multicanal.

b) Explicar que uma ação de marketing pode viralizar, uma vez que a repercussão dessa ação começa a se espalhar tendo inúmeras visualizações e curtidas. Isso significa que uma massa expressiva de pessoas já está conhecendo e até participando da ação. Tal ação pode gerar interesse nos demais veículos de comunicação que irão noticiar o fato nos mais diversos canais, produzindo ainda mais mídia espontânea para a empresa.