

## ORIENTAÇÕES GERAIS AO CANDIDATO

1. Verifique se este caderno contém a quantidade correta de questões e se não há falhas de impressão. Em caso de irregularidade, comunique imediatamente ao fiscal de sala.
2. Os candidatos deverão marcar suas respostas no **cartão-resposta** de forma apropriada e entregá-lo juntamente com o caderno de provas ao término da aplicação.
3. **O cartão-resposta é o único documento válido para correção da prova.** O preenchimento é de inteira responsabilidade do candidato.
4. Preencha o cartão-resposta com **caneta esferográfica de tinta azul ou preta**, fabricada em material transparente.
5. As marcações no cartão-resposta deverão ser feitas cobrindo completamente o círculo correspondente à alternativa escolhida, sem ultrapassar seus limites.
6. **O tempo total de realização da prova será de 2 horas**, incluído o tempo destinado ao preenchimento do cartão-resposta.
7. O candidato somente poderá **deixar o local de prova após decorrida 1 hora do início da aplicação.**
8. O candidato que necessitar ausentar-se da sala para ir ao banheiro deverá solicitar autorização ao fiscal e será acompanhado, conforme normas do certame.
9. **Os 03 (três) últimos candidatos deverão permanecer em sala e somente poderão sair juntos**, após a assinatura da ata de encerramento dos trabalhos.
10. Não será permitida qualquer forma de consulta a materiais impressos, anotações ou comunicação entre candidatos, sob pena de eliminação do processo seletivo.
11. **Sobre a carteira do candidato são permitidos apenas o documento de identificação, o caderno de provas e a caneta esferográfica.** São vedados: bonés, chapéus, óculos escuros (exceto por prescrição médica devidamente comprovada), alimentos, bebidas (exceto água em garrafa transparente e sem rótulo), bolsas ou qualquer outro material não autorizado.
12. **É expressamente proibido, durante toda a realização da prova, o uso de quaisquer aparelhos eletrônicos**, tais como telefones celulares, relógios digitais ou smartwatches, fones de ouvido ou dispositivos similares. Os aparelhos deverão permanecer desligados e acondicionados conforme orientação da fiscalização. O toque ou a vibração de aparelho eletrônico durante a realização da prova, independentemente de uso intencional, implicará a eliminação imediata do candidato e lavratura de ocorrência em ata.
13. A folha de rascunho para anotar as respostas assinaladas poderá ser levada pelo candidato, quando permitido, não possuindo qualquer validade para fins de correção.
14. O descumprimento das normas estabelecidas poderá implicar eliminação do candidato, conforme regras do edital.

# Prova 5 - Comunicação

## Variante A | 35 perguntas (50 p.)

Identificador:  
QYV544869

Atenção! Certifique-se de que recebeu uma folha de respostas com o mesmo identificador.

### Pergunta 1 | escolha única

Baseado em conceitos de webwriting, analise as afirmativas:

- I. As técnicas de webwriting envolvem ter uma estrutura de informações e design claros e organizados uma vez que a leitura é realizada de forma linear.
  - II. O primeiro passo antes da produção de conteúdo é delinear o público-alvo e entender qual seria a necessidade deste.
  - III. Considerando que apenas cerca de 16% dos leitores fazem a leitura completa do texto (Nielsen Norman Group, 1997), uma das estratégias é apresentar as informações em ordem crescente de importância.
- Assinale a alternativa que apresenta as afirmativas corretas:

- A. Apenas II
- B. I e III
- C. I e II
- D. II e III
- E. I, II e III

### Pergunta 2 | escolha única

Em relação à responsabilidade na divulgação de informações na área da saúde, assinale a alternativa CORRETA.

- A. Por vezes, as pesquisas na área da saúde apresentam resultados contraditórios, sendo papel do jornalista analisar e interpretar as informações, sempre escolhendo um dos lados e defendendo-o.
- B. As notícias em saúde podem impactar diretamente a tomada de decisão dos seus leitores. Portanto, é papel do profissional evitar terminologias vagas e sensacionalistas na divulgação de informações na área, porém, como divulgador, deve sempre defender uma causa.
- C. Considerando que a informação a ser divulgada é baseada em artigos científicos – produções acadêmicas que se acredita serem criteriosas e fundamentadas – não há necessidade do jornalista avaliar a informação, podendo confiar plenamente nela.
- D. É uma boa prática obter informações especializadas de diferentes fontes com a finalidade de ter maior segurança na informação a ser divulgada.
- E. O papel do divulgador na área da saúde envolve democratizar a informação, porém, não é seu dever combater fake news.

### Pergunta 3 | escolha única

Desejamos postar no Instagram do Genomas SUS um conteúdo educativo sobre as doenças raras genéticas. O objetivo principal é aumentar o alcance e atrair novos seguidores. Nesta perspectiva, qual tipo de produção seria mais adequada?

- A. Reel
- B. carrossel
- C. post estático
- D. vídeo longo
- E. quiz

**Pergunta 4** | escolha única

Uma criadora de conteúdo percebeu que seus Reels obtiveram boa taxa de alcance, muitas impressões e retenção média de 23%. Analise essas informações e marque a alternativa que melhor interpreta essas métricas.

- A.** Retenção média de 23% não é uma taxa significativa para mensuração de audiência considerando esse tipo de conteúdo, pois o tempo de visualização não tem relevância para as métricas de monitoramento de redes sociais.
- B.** Retenção média de 23% é considerada uma boa taxa, provavelmente indicando que o público se identifica com o conteúdo.
- C.** Retenção média de 23% é considerada uma baixa taxa de retenção, provavelmente indicando que as pessoas não estão assistindo o vídeo por completo. Isso pode ser causado pelo gancho que não é atraente o suficiente para a audiência ou pelo tamanho do vídeo, por exemplo.
- D.** Retenção média de 23% é considerada uma boa taxa, provavelmente indicando que o público está assistindo o vídeo por completo. Isso pode ser causado pelo gancho que é atraente o suficiente para a audiência e/ou pelo tamanho do vídeo.
- E.** Retenção média de 23% é considerada uma boa taxa, mostrando que o conteúdo foi exibido com frequência para o público.

**Pergunta 5** | escolha única

O Genomas SUS publicou um post no Instagram e obteve 7.000 alcance e 21.000 impressões. Qual das alternativas melhor explica essa diferença significativa entre as duas métricas?

- A.** Pode significar que o conteúdo é relevante e, portanto, as pessoas estão voltando para ver novamente o post ou o algoritmo do Instagram está disponibilizando o conteúdo repetidamente para o mesmo usuário.
- B.** Pode significar que o conteúdo é irrelevante e, portanto, as pessoas não estão voltando para ver o post.
- C.** Pode significar que o conteúdo é relevante, porém as pessoas não têm necessidade de voltar para ver o conteúdo novamente.
- D.** Pode significar que o conteúdo é irrelevante e, portanto, o algoritmo do Instagram não está disponibilizando o conteúdo repetidamente para o mesmo usuário.
- E.** Pode significar que o conteúdo é relevante, porém o algoritmo do Instagram não está disponibilizando o conteúdo repetidamente para o mesmo usuário.

**Pergunta 6** | escolha única

“Campanhas de marketing e ações publicitárias trabalham com técnicas narrativas para transformar suas mensagens em algo mais atraente para a audiência.”

Este comentário aborda uma das técnicas mais difundidas na comunicação social, chamada de:

- A.** Comunicação não verbal
- B.** Storytelling
- C.** Escuta ativa
- D.** Clareza
- E.** Objetividade

**Pergunta 7** | escolha única

A jornalista Joana resolveu produzir um conteúdo usando storytelling como recurso estratégico. Qual alternativa apresenta a sequência de etapas mais adequada para estruturar esse tipo de conteúdo?

- A. Desenvolvimento → Gancho → CTA → Reflexão
- B. Gancho → Ambientação do tema → Desenvolvimento → Clímax → Reflexão → CTA
- C. Ambientação do tema → Gancho → Desenvolvimento → CTA → Reflexão
- D. Gancho → Desenvolvimento → Ambientação da cena → CTA → Reflexão
- E. Ambientação do tema → Desenvolvimento → Gancho → Clímax → CTA → Reflexão

**Pergunta 8** | escolha única

Em conteúdos para redes sociais, qual é o principal objetivo do gancho?

- A. Explicar detalhadamente o tema do conteúdo, sem que a pessoa precise assistir até o fim.
- B. Somente um efeito estilístico que alguns criadores de conteúdo fazem, mas sem nenhuma função prática.
- C. Capturar a atenção do público nos primeiros segundos do vídeo.
- D. Fazer um resumo do conteúdo que será apresentado.
- E. Fazer uma conclusão concisa do conteúdo apresentado no final.

**Pergunta 9** | escolha única

Considerando que fevereiro é o mês da conscientização sobre Doenças Raras, qual das estratégias a seguir seria mais interessante para cumprir dois propósitos simultaneamente: (i) disseminar informações sobre as doenças raras e (ii) divulgar o Genoma SUS?

- A. Produzir posts informativos/explicativos sobre as principais doenças raras
- B. Produzir carrossel respondendo perguntas mais comuns sobre algumas doenças raras
- C. Fazer stories interativos com o público sobre o Genomas SUS
- D. Fazer um reels sobre o Genomas SUS no contexto de doenças raras
- E. Produzir post sobre a atuação de outros projetos no contexto de doenças raras

**Pergunta 10** | escolha única

Sobre infodemia é CORRETO afirmar.

- A. É considerada pela OMS uma doença rara.
- B. É um fenômeno contemporâneo que traz grandes dificuldades nas respostas às emergências de saúde.
- C. Foi detectada pela primeira vez no continente asiático transmitida por um mosquito.
- D. Uma grande epidemia de informação já controlada no oriente e no ocidente.
- E. São informações a respeito de epidemias.

**Pergunta 11** | escolha única

No processo de divulgação científica as audiências almejadas são:

- A. Os cientistas e a comunidade acadêmica.
- B. Os especialistas de determinada área do conhecimento.
- C. Os especialistas da área de saúde.
- D. As pessoas não especialistas em determinado assunto científico.
- E. Autoridades na área da saúde.

**Pergunta 12** | escolha única

O que é INCORRETO afirmar sobre o conhecimento científico?

- A. É um conhecimento que não pode ser contestado por ser uma verdade absoluta, testado e comprovado.
- B. É um conhecimento constituído por experimentos testados e validados por pesquisadores com legitimidade científica.
- C. No Brasil as universidades públicas são responsáveis por grande parte da produção do conhecimento científico.
- D. O conhecimento científico se configura a partir da sociedade, sendo assim, é parte da cultura de uma época.
- E. O conhecimento científico se opõe ao senso comum ao ser metódico, sistemático e necessitar de comprovação.

**Pergunta 13** | escolha única

Qual é o papel do clipping nas estratégias de comunicação?

- A. Uma prática em desuso pelos divulgadores e sem utilidades nos tempos atuais.
- B. Estratégia pertinente apenas para as divulgações das repercussões em mídia hegemônica ou tradicionais.
- C. Prática invalida para as divulgações científicas em redes sociais.
- D. Prática de unir vídeos em um único
- E. Uma forma de monitoramento das repercussões de pautas de interesses de quem divulga.

**Pergunta 14** | escolha única

Sobre divulgação científica nas redes sociais é CORRETO afirmar:

- A. O Instagram e o Youtube não devem ser usados para divulgar o mesmo conteúdo, pois o uso das duas redes em conjunto sempre anula o alcance da audiência pretendida.
- B. A divulgação realizada em diferentes redes sociais precisa ser planejada, respeitando à natureza de cada uma delas e estabelecendo cronogramas específicos orientados aos objetivos pretendidos.
- C. O Facebook é considerado uma rede ultrapassada, já que não consegue alcançar o público jovem. Nessa perspectiva, é irrelevante para a divulgação científica.
- D. Abrir uma conta em rede social para divulgação científica é uma decisão que deve ser baseada, exclusivamente, no resultado das últimas pesquisas do Global Insights.
- E. Apenas o Youtube é útil para realizar divulgação científica, uma vez que esta ferramenta permite apresentar e explicar o conteúdo em formato de vídeos longos.

**Pergunta 15** | escolha única

Sobre os sites de notícias é CORRETO afirmar:

- A. Os sites de mídias tradicionais são estruturas obsoletas e sem credibilidade para as audiências.
- B. Não há convergência entre conteúdos de redes sociais e sites de notícias de mídias tradicionais.
- C. Os sites de notícias de mídias tradicionais são considerados destacadas fontes de informações na internet.
- D. Os sites de notícias são opções sem interesse para divulgação científica criativa e inovadora em saúde.
- E. Todas as informações na internet não são autênticas e fidedignas.

**Pergunta 16** | escolha única

Sobre divulgação científica é INCORRETO afirmar:

- A. A fonte da divulgação científica são os conhecimentos produzidos em universidades, centros e instituições de pesquisa.
- B. A divulgação científica tem como um dos objetivos a democratização da ciência.
- C. No Brasil, José Reis foi o primeiro pesquisador a sistematizar e publicar trabalhos abordando a divulgação científica.
- D. Um dos objetivos da divulgação científica é combater a desinformação e fake news.
- E. A divulgação científica é configurada e desenvolvida apenas por pesquisadores das áreas da Saúde, Biologia, Medicina e Tecnologia.

**Pergunta 17** | escolha única

Sobre TikTok e divulgação científica é CORRETO afirmar:

- A. O TikTok não pode ser considerado um espaço para divulgação científica e informações sérias sobre saúde.
- B. Cientistas com reputação não produzem conteúdos para o TikTok.
- C. O TikTok só envolve a audiência jovem e pessoas de baixa escolaridade.
- D. O TikTok tem sido estudado como espaço potencial para estratégias bem planejadas de divulgação científica.
- E. O TikTok é ambiente apenas para o marketing

**Pergunta 18** | escolha única

Sobre divulgação científica é CORRETO afirmar:

- A. Todas as instituições de pesquisa científica são líderes em divulgação da ciência em saúde no Brasil.
- B. A divulgação da ciência da saúde é realizada majoritariamente por hospitais e centros médicos.
- C. A divulgação científica e a divulgação do conhecimento em saúde não podem ser realizadas concomitantemente.
- D. Apenas universidades federais realizam divulgação científica.
- E. A Fiocruz e o Butantã são referência em saúde e são destacados como divulgadores e popularizadores dos conhecimentos científicos em saúde.

**Pergunta 19** | escolha única

Imagine que a equipe de comunicação do Genomas SUS fez um teste de thumbnail de um determinado vídeo e obteve as seguintes métricas:

- Thumbnail A: 40.000 impressões, 2.000 cliques (CTR 5%)
- Thumbnail B: 38.000 impressões, 2.660 cliques (CTR 7%)
- Thumbnail C: 42.300 impressões, 1.269 cliques (CTR 3%)

De acordo com as métricas acima, marque a alternativa CORRETA:

- A. A Thumbnail C teve maior número de impressões comparado a A e B, sendo este parâmetro suficiente para afirmar que essa thumbnail foi a mais bem sucedida no teste
- B. A Thumbnail B teve menor número de impressões comparado a A e C, logo, foi a menos sucedida no teste
- C. Thumbnail B obteve a maior porcentagem de CTR comparado a A e C, sinalizando ser uma thumbnail eficaz e que otimiza o alcance do vídeo.
- D. Thumbnail C obteve menor porcentagem de CTR comparado a A e B, indicando ser a thumbnail mais atraente.
- E. As três thumbnails performaram igualmente, sendo as três tidas como excelentes.

**Pergunta 20** | escolha única

Avalie os parâmetros a seguir de um carrossel com conteúdo educativo postado no Instagram e marque a alternativa que corresponde a interpretação mais adequada dessas métricas.

- Número de seguidores: 2.356
- Alcance: 18.000
- Curtidas: 250
- Comentários: 12
- Salvamentos: 680
- Compartilhamentos: 510
- Cliques no link: 40

- A.** O post obteve poucas curtidas. A única explicação para isso é que o conteúdo foi pouco atraente.
- B.** As métricas demonstram que o conteúdo não é útil, uma vez que apresenta baixo número de cliques no link e de comentários.
- C.** O número de alcance sugere conteúdo sem interesse do público
- D.** As métricas demonstram que o conteúdo é útil, uma vez que tem um número elevado de salvamentos e compartilhamentos, entretanto, ainda é necessário melhorar o CTA e a ponte para o site.
- E.** O post demonstra ter alto engajamento e relevância de conteúdo, demonstrado pelo o número de comentários.

**Pergunta 21** | escolha única

Imagine a situação onde a equipe de comunicação do projeto publicou sobre o III Simpósio do Genomas SUS no Instagram a fim de atrair o público para o evento. Após três semanas, a equipe observou as seguintes métricas:

- Impressões: 90.000
- Cliques no link: 900
- Sessões no site: 850
- Inscrições realizadas: 6

Diante desses resultados, marque a alternativa CORRETA:

- A.** Os resultados indicam uma alta visibilidade do evento, visto que exatas 90.000 pessoas visualizaram o post.
- B.** Cliques no link e sessões no site deveriam ter o mesmo número, uma vez que tratam da mesma medida. Isso indica que houve um erro no cálculo das métricas.
- C.** O baixo número de inscrições realizadas é resultado de uma baixa visibilidade do post.
- D.** A divulgação do simpósio está excelente, não precisando de nenhuma melhoria.
- E.** O ponto crítico do post é a conversão para inscrições, que pode ser impulsionada, entre outras medidas, por CTAs claras e direcionadas.

**Pergunta 22** | escolha única

Considere que você precisa escolher apenas uma estratégia para testar nas próximas 2 semanas a fim de melhorar o tempo de visualização e alcance dos posts no Instagram. Qual opção abaixo tende a gerar maior impacto no crescimento?

- A.** Melhorar o gancho dos Reels, possibilitando melhoria na retenção, distribuição do conteúdo e alcance das postagens.
- B.** Realizar postagens de forma excessiva, possibilitando aparecimento constante na página dos seguidores.
- C.** Postar carrosséis mais longos, levando a uma leitura demorada do conteúdo e, portanto, aumentando o tempo de visualização da página.
- D.** Aumentar o tamanho dos vídeos, levando os seguidores a assistirem o conteúdo por mais tempo e, portanto, melhorando as métricas.
- E.** Publicar em qualquer horário para alcançar pessoas que acessam as redes em diferentes horários.

**Pergunta 23** | escolha única

Uma médica geneticista tem percebido que o público em geral apresenta pouco conhecimento em exames genéticos. Diante disso, ela decide usar suas redes sociais para explicar o tema. Qual estratégia você recomendaria para equilibrar alcance e profundidade do conteúdo?

- A. Incentivar que o conteúdo seja completamente direcionado para os stories, e não post no feed, já que nos stories você pode falar por mais tempo.
- B. Tentar reduzir ao máximo o conteúdo, fazendo caber em um reels de 1min 30seg máximo.
- C. Fazer combinação de formatos, incluindo a produção de um reel curto para gerar alcance e depois um carrossel para aprofundar conteúdo.
- D. O único ponto importante é escrever um bom texto de legenda, caprichando em palavras-chaves e incentivando o leitor a ler até o fim.
- E. Produzir vídeos extremamente longos para que a médica possa detalhar o tema.

**Pergunta 24** | escolha única

Imagine que um texto produzido para o portal de uma instituição apresenta as seguintes características: texto de tamanho mediano, otimizado com base em técnicas de SEO e títulos chamativos, conseguindo captar um alto alcance. No entanto, o tempo de leitura é baixo e as métricas indicam que o público não passa do segundo parágrafo de leitura. O que essas observações podem revelar?

- A. A página atrai apenas especialistas que estão interessados no conteúdo.
- B. A página não possui um bom gancho e não atrai muitos usuários.
- C. A página possui bom gancho, mas falha no restante da estrutura narrativa.
- D. O conteúdo não é claro e não possui um bom gancho.
- E. Problemas de tempo de leitura raramente tem relação com a estrutura do conteúdo e sim com o tema do conteúdo.

**Pergunta 25** | escolha única

Um profissional de comunicação social fez o seguinte comentário a respeito de um artigo publicado em um site: "O conteúdo falha por não ser escaneável, claro e visualmente organizado. A leitura digital precisa ser pensada de forma que o internauta tenha informações rápidas sobre o que irá encontrar naquele artigo". Diante deste comentário, marque a alternativa que contém os possíveis problemas que o texto apresenta?

- A. parágrafos longos, estruturado com subtítulos e linguagem simples
- B. parágrafos curtos compostos por linguagem simples
- C. texto estruturado com subtítulos e linguagem técnica e objetiva
- D. parágrafos longos, ausência de subtítulos e linguagem densa
- E. texto simples e dividido por subtítulos

**Pergunta 26** | escolha única

Você foi contratado para gerenciar o perfil de uma página que aborda conteúdo educativo sobre genética humana e testes genéticos. A página possui 8.200 seguidores e a frequência de postagem é de cerca de três vezes por semana. Nos últimos 30 dias o cenário foi o seguinte:

- Crescimento: +180 seguidores
- Alcance médio por post: 9.000 nos Reels e 4.500 em carrosséis
- Grande número de salvamentos em conteúdos do tipo carrosséis
- Compartilhamentos baixos em geral
- Retenção média de 52% nos Reels
- Baixo número de comentários nas postagens, média de 10 por post
- 68% das visualizações dos Reels são de não seguidores

Diante deste cenário, qual principal problema estratégico pode estar impedindo o crescimento do perfil?

- A. Baixa frequência de postagem
- B. Baixa conversão de alcance em seguidores
- C. Falta de conteúdo técnico
- D. Excesso de carrosséis
- E. Conteúdo irrelevante

**Pergunta 27** | escolha única

Diante de um cenário onde um perfil apresenta dificuldades de converter visualizações em seguidores, qual estratégia poderia ser utilizada?

- A. Usar mais hashtags e palavras-chaves nos textos
- B. Inserir CTA e fortalecer posicionamento
- C. Postar vídeos longos com ganchos específicos
- D. Reduzir a frequência de posts no feed e nos stories.
- E. Postar vídeos de forma excessiva

**Pergunta 28** | escolha única

Considere as afirmativas a seguir sobre as características do conteúdo evergreen e marque a alternativa que contém apenas as afirmativas CORRETAS.

- I. permanece válido por pouco tempo
- II. não depende de data/evento específico
- III. responde dúvida recorrente do público

- A. I e II
- B. I e III
- C. II e III
- D. Apenas III
- E. I, II e III

**Pergunta 29** | escolha única

Quando falamos em técnica SEO, estamos falando em adaptar o texto para as pesquisas do usuário no Google. Dentro dessas técnicas existe o que chamamos de “meta descrição”, uma parte dentro dos aplicativos de escrita SEO que deve ser preenchido. Nesse contexto, ao que a meta descrição se refere?

- A. influenciar diretamente o ranking daquele post
- B. indexar as imagens nas pesquisas Google
- C. indicar quantas palavras chaves serão usadas naquele texto
- D. descreve o perfil dos usuários que acessaram a postagem
- E. resumir o conteúdo e atrair o usuário a clicar na postagem

**Pergunta 30** | escolha única

No jornalismo, qual a distinção entre fato e opinião?

- A. fato é a interpretação de um acontecimento, enquanto a opinião não.
- B. opiniões devem ser verificáveis por fontes confiáveis, enquanto os fatos não.
- C. o fato exige que o texto escrito seja exclusivamente técnico
- D. fato é a descrição de um acontecimento verificável. Já a opinião é o ponto de vista sobre algo.
- E. o fato é a informação do ponto de vista de um especialista

**Pergunta 31** | escolha única

Sobre o uso de palavras-chaves no texto, marque a alternativa CORRETA:

- A. O uso exagerado de palavras-chaves no texto melhora o ranqueamento automático do conteúdo, aprimorando o SEO da página
- B. o uso excessivo de palavras-chaves melhora a experiência do usuário, deixando claro a mensagem do texto
- C. o uso demorado de palavras-chaves aumenta a autoridade da página e do conteúdo
- D. o uso excessivo de palavras-chaves pode ocasionar uma penalização no engajamento da postagem, além de prejudicar o SEO da página
- E. não há nenhum impacto em usar muito ou poucas palavras-chaves

**Pergunta 32** | escolha única

O conceito de "gatekeeping" no jornalismo refere-se a:

- A. produção de conteúdo automatizado
- B. seleção e filtragem de informações que viram notícia na mídia
- C. divulgação de notícias falsas
- D. criação de conteúdo patrocinado
- E. ideia de que todas as informações devem virar notícia na mídia

**Pergunta 33** | escolha única

A técnica de "skimming", ou leitura dinâmica, está relacionada a:

- A. leitura profunda e detalhada
- B. revisão gramatical do texto
- C. leitura da imagem em paralelo com a leitura do texto, onde ambos são importantes para a compreensão do conteúdo
- D. leitura rápida em busca de pontos chaves
- E. leitura apenas do primeiro parágrafo a fim de saber do que se trata o texto

**Pergunta 34** | escolha única

O principal objetivo de uma busca, ou Search Intent, pode ser compreendido como a razão que dá origem ao interesse do usuário por algo. Quais são os principais objetivos do usuário ao fazer buscas?

- A. Informacional, comercial, relacional e pesquisacional.
- B. relacional, comercial, transicional e pesquisacional.
- C. comercial, navegacional, processual e direcional.
- D. informacional, navegacional, transacional e comercial.
- E. relacional, informacional, direcional e comercial

**Pergunta 35** | escolha única

A respeito da intenção de busca (search intent), assinale a alternativa CORRETA:

- A.** Toda busca tem intenção transacional
- B.** A intenção informacional tem como princípio a busca por aprender algo
- C.** A intenção navegacional é sempre comercial, onde o usuário já ler com o intuito de comprar
- D.** A intenção transacional é quando o usuário deseja fazer a compra de algo, mas ainda está pesquisando preços e informações do produto
- E.** A intenção transacional não envolve conversão