Padrão de Respota: CST EM GESTÃO COMERCIAL

QUESTÃO DISCURSIVA 01



Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/03/21/Caso-Marielle-completa-uma-semana. -O-que-se-sabe-sobre-o-crime>. Acesso em: 27 jun. 2018 (adaptado).

TEXTO 1

Conforme relatório da organização de defesa dos direitos humanos Anistia Internacional, em 2017, entre 159 países, o Brasil apresentou o maior número de assassinatos de diversos grupos de pessoas, como jovens negros do sexo masculino, pessoas LGBTI+, defensoras e defensores de direitos humanos, grupos ligados à defesa da terra, populações tradicionais e policiais.

Disponível em: <https://anistia.org.br/noticias/brasil-lidera-numero-de-assassinatos-de-diversos-grupos-de-pessoas-em-2017-aponta-anistia-internacional-em-novo-relatorio/>. Acesso em: 27 jun. 2018 (adaptado).

TEXTO 2

Negra, mulher, mãe solteira, bissexual, moradora de favela, aluna da primeira turma do pré-vestibular comunitário da Maré, graduou-se em ciências sociais e realizou mestrado em administração pública. Sua vida fora construída na luta contra todas as estatísticas que fazem a morte, a prisão e a pobreza os destinos mais prováveis para as mulheres e os jovens pretos e pardos neste país.

Um grande mérito pessoal, sem dúvida. Mas Marielle era inteligente demais para deixar-se iludir por uma ideia de meritocracia que ignora as estatísticas, faz que não vê as desigualdades sociais e desconsidera que as pessoas não começam todas do mesmo patamar.

Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/19/opinion/1521476455_299821.html>. Acesso em: 12 set. 2018 (adaptado).

TEXTO 3

Logo após o assassinato da vereadora Marielle Franco, ocorrido no Rio de Janeiro, em 2018, os compartilhamentos nas redes sociais lançaram, em nível internacional, uma personagem política que, mesmo tendo sido uma das mais votadas na capital carioca, não tinha espaço privilegiado na agenda. Durante a primeira quinzena de março, a coleta de publicações em que se mencionava "Marielle Franco" totalizou mais de 3 milhões e meio de *tweets*. As manifestações expressavam, principalmente, reações de apoio, marcadas por *hashtags* (palavras-chave) como #mariellepresente, #justiçaparamarielle, #somostodosmarielle, #mariellevive, mas também circulavam informações falsas que associavam a vereadora a atos ilícitos e mensagens que relativizavam o seu assassinato em função de sua atuação política em favor dos direitos humanos.

Disponível em: <http://www.labic.net/blog/marielle-presente-mapa-de-tweets-publicados/>. Acesso em: 12 set. 2018 (adaptado).

A partir das informações apresentadas, redija um texto que aborde os seguintes aspectos:

- o tensionamento entre a defesa dos Direitos Humanos realizada por Marielle Franco e a produção de notícias falsas após o assassinato da vereadora;
- os prejuízos da produção de notícias falsas para a sociedade democrática.

(valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve articular as ideias apresentadas na foto e nos textos 1, 2 e 3. Desse modo, deve relacionar a defesa dos Direitos Humanos no Brasil à disputa de narrativas que se constituíram publicamente, nas redes e nas ruas, a respeito do assassinato de Marielle Franco, envolvendo a produção de uma série de notícias falsas a respeito da vereadora.

De um lado, defendeu-se a ideia da execução da vereadora, em função de sua atuação política como tentativa de silenciamento, desencorajamento e desmobilização dos defensores dos Direitos Humanos. De outro lado, reações de fundo depreciativo tentaram desacreditá-la com ataques à sua imagem e à sua reputação e, até mesmo, culpabilizá-la e relativizar o seu assassinato, acentuando que, no Brasil, a própria noção de defesa dos Direitos Humanos está em disputa e tem sido vista, por uma parcela da sociedade, de forma pejorativa. Tais aspectos revelam que a atuação política de Marielle Franco impactou consistentemente a compreensão das duas visões sobre seu assassinato, o que foi estimulado pela produção das notícias falsas a respeito de sua pessoa.

A política, em uma sociedade democrática, se produz e se constitui no debate de opiniões e de ideias e na disputa legítima de interesses. A produção de notícias falsas ou manipuladas, sem compromisso com a realidade, influencia o debate público de forma negativa, independentemente de seu teor. Por essa razão, pode ser compreendida como um

risco à democracia, pois o fenômeno emerge do interesse de alguns grupos em manipular a opinião dos cidadãos, enviesando o debate público sobre determinado tema. Tal manipulação é incompatível com sociedades democráticas.

QUESTÃO DISCURSIVA 02

TEXTO 1

O Museu Nacional do Rio de Janeiro talvez fosse o lugar mais importante do Brasil dado o seu valor como patrimônio cultural e histórico não só brasileiro, mas mundial. O incêndio ocorrido no início de setembro de 2018 destruiu o lugar que era o símbolo da gênese do país como nação independente e continha um acervo inestimável, não só do ponto de vista da história da cultura e da natureza brasileiras, mas também do acervo de peças de significado mundial.

O Museu Nacional abrigava vários departamentos da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Era um museu de exposição, mas também de pesquisa. A biblioteca de Antropologia, que devia ter uns 200 mil títulos e era um instrumento de trabalho fundamental para a pesquisa de vários docentes, foi construída ao longo de 50 anos, e perdeu-se. Parte pode ser recuperada, mas os fósseis, os insetos, as coleções de estudo, são insubstituíveis.

Outra perda incalculável refere-se ao material do acervo relativo a povos que foram destroçados pelo colonialismo europeu e que estavam ali como testemunhas mudas da história da invasão da América.

Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/09/04/culturaipsilon/entrevista/eduardo-viveiros-de-castro-gostaria-que-o-museu-nacional-permanecesse-como-ruina-memoria-das-coisas-mortas-1843021>. Acesso em: 10 set. 2018 (adaptado).

TEXTO 2

Ao consumir parte significativa do acervo de 20 milhões de peças da instituição, o incêndio arrasou também anos de trabalho e afetou, de forma irremediável, a pesquisa, com impactos na ciência brasileira e internacional. Segundo uma pesquisadora dessa instituição, apesar de o foco muitas vezes permanecer na perda do passado, quando perdemos um acervo que era usado para fazer pesquisa, perdemos também o futuro.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/>. Acesso em: 10 set. 2018 (adaptado).

Considerando os trechos apresentados, redija um texto a respeito da importância dos museus para a sociedade contemporânea sob o ponto de vista da memória e das perspectivas de futuro, abordando três aspectos da função social dessas instituições. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

Em seu texto, o estudante deve apresentar argumentos que sustentem a importância dos museus para a sociedade contemporânea, considerando três dos seguintes eixos argumentativos:

1. Preservação de memória e políticas da identidade. A identidade de um povo depende da memória. Resguardar a memória de grupos sociais, como, por exemplo, a proteção das memórias dos povos tradicionais, indígenas e quilombolas, é condição indispensável para que possam ser reconhecidos em suas particularidades; os museus podem servir como referência para a sociedade em que estão inseridos. Espaços museológicos contribuem para o acesso e a democratização da memória. A cultura material pode ajudar a reconstituir trajetórias de grupos sociais.
2. Educação e Cultura. Os museus oferecem acesso a informações, conhecimentos e bens culturais a públicos de diferentes esferas da vida social. São espaços que podem propiciar a ampliação do campo de percepção para a construção de outros entendimentos sobre o mundo. Por meio de exposições para a sociedade, podem oferecer ao público possibilidades diversas de se conhecer a história de grupos, de territórios, da natureza, de

arte, a depender do tipo de acervo que coleciona. Desse modo, pode fomentar, por meio de atividades pedagógicas, educacionais ou mesmo de lazer, práticas reflexivas sobre o patrimônio cultural.

3. Produção de pesquisas e de conhecimentos

   3.1. As informações sobre os diversos grupos sociais possibilitam produzir conhecimento sobre diferentes modos humanos de existir, recriar a própria história da humanidade e pensar diversos futuros possíveis.

   3.2. O acervo de museus preserva e disponibiliza material biológico, registros geológicos e informações catalogadas para realização de pesquisas. Nesse sentido, podem ser considerados espaços de preservação de patrimônio natural.

   3.3. O conhecimento exposto em museus é reflexo da pesquisa feita na instituição, que também é comunicada a outro público pelos artigos em periódicos científicos.

4. Turismo e impacto cultural e econômico.

   A relação entre museu e atividades ligadas ao turismo, considerando o impacto cultural e econômico da região. Os visitantes integram a ida ao museu como parte de uma atividade turística, mas também cultural, na medida em que tomam conhecimento sobre a cultura e a história de determinados grupos, sociedades e países.

QUESTÃO DISCURSIVA 03

Um comerciante de uma pequena loja de material de construção, localizada em um município brasileiro com 50 mil habitantes, interessado em desenvolver seu negócio, inscreveu-se em um curso com enfoque em empreendedorismo, em que aprendeu o conceito de *stakeholders* e o modo de tirar proveito comercial do relacionamento com esse público. A figura a seguir integra o referido curso.



Disponível em: <http://adminterfurb.blogspot.com/2015/09/administrando-o-ambiente-organizacional.html>. Acesso em: 18 set. 2018 (adaptado).

Considerando a situação hipotética apresentada, o conceito de *stakeholder* e o diagrama apresentado, apresente cinco formas por meio das quais o comerciante da loja de material de construção pode aprimorar seu relacionamento com seus *stakeholders*. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deverá apresentar cinco formas de o comerciante aprimorar seu relacionamento com os *stakeholders*, dentre as exemplificadas abaixo:

1- Realizar ações de diálogo com todos os públicos, conforme o diagrama apresentado, por meio de mídias internas e/ou externas diversas, enfatizando até mesmo ações específicas de mídias sociais;

2- Realizar ações de gestão participativa, abrindo possibilidades para aproximação dos públicos em fóruns, reuniões e grupos de discussões (presencial ou a distância), incluindo a participação do gestor em entidades de classe;

3- Realizar ações com respeito ao indivíduo, ao meio ambiente e à diversidade, através de mídias variadas ou de atos presenciais, procurando mostrar, de maneira transparente, a importância da inclusão de todos os grupos sociais. Exemplos de ações: promover caminhadas temáticas, apoiar iniciativas de limpeza de ambiente da comunidade entre outros;

4- Realizar, com o público interno, ações de diálogo em mídias internas e campanhas de endomarketing voltadas ao respeito ao trabalhador, cuidado com sua saúde, empregabilidade, dentre outras;

5- Realizar encontros regulares presenciais ou virtuais com determinados públicos, como a imprensa, associações e comunidade do entorno.

QUESTÃO DISCURSIVA 04

A falta de clareza na transmissão da informação é um problema comum identificado em várias empresas. Embora negado por alguns líderes, esse problema é percebido por muitos liderados.

A partir da informação apresentada, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Explique qual a importância da clareza na transmissão da informação no âmbito da gestão de pessoas nas organizações. (valor: 4,0 pontos)

b) Cite a consequência para as empresas de líderes que apresentam dificuldade de comunicação com seus liderados. (valor: 3,0 pontos)

c) Apresente uma proposta para a superação do problema apresentado. (valor: 3,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

a) O estudante deverá explicar que uma boa comunicação interpessoal é clara, transparente, direta, além de auxiliar no desenvolvimento e desempenho da equipe e na agilidade para a solução de problemas, afetando diretamente os resultados e o clima organizacional. O estudante pode também complementar a sua resposta dizendo que a comunicação interpessoal é uma via de mão dupla, sendo os líderes hierarquicamente responsáveis por seus liderados, ao instruir suas equipes nas questões relativas às relações interpessoais, comunicação eficaz e outros temas convergentes.

b) O estudante deve mencionar que os líderes que não conseguem se comunicar bem podem tornar as empresas lugares tóxicos para se trabalhar, permeadas por conflitos, e que poucos resultados são alcançados. Além disso, o estudante pode também considerar que a forma de transmitir e de receber informações pode ser aperfeiçoada para o alcance de melhores resultados.

c) O estudante deve apresentar uma proposta que abarque um dos seguintes itens:

- capacitação continuada dos colaboradores, tanto de líderes quanto de liderados, especialmente no quesito comunicação;
- *feedbacks* construtivos;
- utilização de ferramentas de comunicação eficazes.

QUESTÃO DISCURSIVA 05

Big Data é um termo que define um grande volume de dados gerados em alta velocidade e variedade que requerem uso de tecnologias avançadas para processar, organizar e armazenar informações com o objetivo de melhorar a tomada de decisões. Atualmente, além de empresas especializadas em garimpar dados públicos na rede para atender áreas específicas, grandes provedores de serviços na internet também oferecem plataformas prontas para se trabalhar com *Big Data*.

RODRIGUES, L. Big Data: empresas apostam em exploração de dados para aumentar lucros. **Correio Brasiliense**. 08 mai. 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/05/09/internas_economia,679337/big-data-empresas-apostam-em-exploracao-de-dados-para-aumentar-lucros.shtml>. Acesso em: 08 Jul. 2018 (adaptado).

Os principais motivos para o descontentamento das pessoas em relação às empresas é a falta de personalização no atendimento e de confiança, o que aponta para um uso ainda inconsistente do *Big Data* no comércio varejista.

Um dos pontos principais do mau uso do *Big Data* está relacionado ao uso de dados dos clientes apenas para benefício das empresas, negligenciando o potencial da inteligência artificial em promover a experiência do cliente nas lojas físicas e nos ambientes virtuais.

CORACCINI, R. Mau uso do Big Date gera perda de US$ 2,5 trilhões para o varejo mundial. Portal Novarejo. 07 dez. 2017. Disponível em: <http://www.portalnovarejo.com.br>. Acesso em: 08 jul. 2018 (adaptado).

Com base nos textos apresentados, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Cite e explique dois benefícios da utilização do *Big Data* para o gerenciamento comercial de negócios no âmbito do relacionamento com o cliente. (valor: 5,0 pontos)

b) Explique a utilização do *Big Data* nos processos compra, venda e pós-venda. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

a) O estudante deverá explicar que a utilização do Big Data traz alguns benefícios para o relacionamento com o cliente, já que é construído a partir de informações que os clientes geram a cada compra ou navegação no site da empresa. O estudante deve citar e explicar dois entre os seguintes exemplos de benefícios:

1. comunicação assertiva e direta – a empresa consegue melhor segmentar os seus clientes, a partir disso é possível gerar uma mensagem mais assertiva;

2. previsão de compra – a partir de um histórico de consumo gerado pelo cliente é possível determinar qual será a sua próxima compra ou qual tipo de produto ele irá consumir;

3. identificação do tipo de entrega do produto – a empresa pode otimizar processos com relação aos canais de distribuição;

4. construção da fidelização do cliente – a partir dos dados gerados, é possível manter um contato mais próximo com o cliente, construindo um processo de fidelização;

5. auxílio à tomada de decisão – a partir da análise dos dados contidos no sistema, é possível chegar a conclusões que ajudem na tomada de decisões empresariais.

b) O estudante deve explicar que a utilização do Big Data no processo de compra está relacionada à busca de informações pelos consumidores e como eles utilizam essa informação. Já no processo de venda, o aluno deve explicar que as empresas utilizam os dados para conseguir construir relacionamento, promover produtos que o público alvo da empresa mais busca e, também, gerenciar melhor a distribuição dos produtos. Tudo isso ocorre por causa dos dados gerados e do histórico de compras do consumidor. Somente cabe à empresa realizar

a filtragem de toda essa informação para conseguir tirar o melhor proveito. Em relação ao pós-venda, o estudante deve explicar que é realizado por meio do Big Data para conseguir manter um relacionamento duradouro com o cliente e enviar informações sobre produtos pelos quais ele possa se interessar.