

**313 – Profissional de Nível Universitário Jr**  
**Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas**

**INSTRUÇÕES**

1. Confira, abaixo, o seu número de inscrição, turma e nome. Assine no local indicado.
2. Aguarde autorização para abrir o caderno de prova. Antes de iniciar a resolução das questões, confira a numeração de todas as páginas.
3. A prova é composta de 50 questões objetivas.
4. Nesta prova, as questões objetivas são de múltipla escolha, com 5 alternativas cada uma, sempre na sequência **a, b, c, d, e**, das quais somente uma deve ser assinalada.
5. A interpretação das questões é parte do processo de avaliação, não sendo permitidas perguntas aos aplicadores de prova.
6. Ao receber o cartão-resposta, examine-o e verifique se o nome impresso nele corresponde ao seu. Caso haja qualquer irregularidade, comunique-a imediatamente ao aplicador de prova.
7. O cartão-resposta deverá ser preenchido com caneta esferográfica preta, tendo-se o cuidado de não ultrapassar o limite do espaço para cada marcação.
8. Não serão permitidos empréstimos, consultas e comunicação entre os candidatos, tampouco o uso de livros, apontamentos e equipamentos eletrônicos ou não, inclusive relógio. O não cumprimento dessas exigências implicará a eliminação do candidato.
9. Não será permitido ao candidato manter em seu poder relógios, aparelhos eletrônicos (BIP, telefone celular, *tablet*, calculadora, agenda eletrônica, MP3 etc.), devendo ser desligados e colocados OBRIGATORIAMENTE no saco plástico. Caso essa exigência seja descumprida, o candidato será excluído do concurso.
10. A duração da prova é de 4 horas. Esse tempo inclui a resolução das questões e a transcrição das respostas para o cartão-resposta.
11. São vedados o porte e/ou o uso de aparelhos sonoros, fonográficos, de comunicação ou de registro, eletrônicos ou não, tais como: agendas, relógios com calculadoras, relógios digitais, telefones celulares, *tablets*, microcomputadores portáteis ou similares, devendo ser desligados e colocados OBRIGATORIAMENTE no saco plástico. São vedados também o porte e /ou uso de armas, óculos ou de quaisquer acessórios de chapelaria, tais como boné, chapéu, gorro ou protetores auriculares. Caso essas exigências sejam descumpridas, o candidato será excluído do concurso.
12. Ao concluir a prova, permaneça em seu lugar e comunique ao aplicador de prova. Aguarde autorização para entregar o caderno de prova e o cartão-resposta.
13. Se desejar, anote as respostas no quadro abaixo, recorte na linha indicada e leve-o consigo.

Português

Conhecimento  
Específico

**DURAÇÃO DESTA PROVA: 4 horas**

INSCRIÇÃO

TURMA

NOME DO CANDIDATO

ASSINATURA DO CANDIDATO

✕

**RESPOSTAS**

01 -	06 -	11 -	16 -	21 -	26 -	31 -	36 -	41 -	46 -
02 -	07 -	12 -	17 -	22 -	27 -	32 -	37 -	42 -	47 -
03 -	08 -	13 -	18 -	23 -	28 -	33 -	38 -	43 -	48 -
04 -	09 -	14 -	19 -	24 -	29 -	34 -	39 -	44 -	49 -
05 -	10 -	15 -	20 -	25 -	30 -	35 -	40 -	45 -	50 -



## PORTUGUÊS

Considere o texto abaixo para responder as questões de 01 a 04.

### Os brasileiros, os galegos e os portugueses

*Portugal, a Galiza e o Brasil protagonizam um triângulo amoroso muito curioso*

Marco Neves

#### 1 Nós e os brasileiros

2 Gostamos muito de falar dos brasileiros.

3 Alguns de nós, mais inclinados para a pureza, reclamamos muito por causa da suposta brasileirização da cultura portuguesa,  
4 a começar no excesso de telenovelas brasileiras (tópico na moda há uns anos, entretanto apagado por via duma dieta prolongada  
5 de novelas da TVI) e a terminar no horror ao Acordo Ortográfico, para muitos uma cedência imperdoável da nossa alma linguística  
6 ao Brasil.

7 Outros de nós gostamos do Brasil porque nos dá uma sensação de grandeza, chamemos-lhe lusofonia ou a tal pátria que é  
8 a língua portuguesa. Sem o Brasil, a lusofonia seria uns pedacinhos de terra europeus e africanos. Quem gosta de sentir uma  
9 identidade mais misturada em direcção ao sul gosta muito do Brasil e não se importa com miscigenações culturais e linguísticas.  
10 Fica até aliviado, que isto da pureza cansa muito.

11 Há ainda quem misture um pouco as coisas e goste de pensar que os brasileiros falem a nossa língua, mas gostava mais se  
12 não tivessem esse desprazer de a falar doutra maneira.

13 Para o mal e para o bem, o Brasil é uma das balizas da nossa identidade: pelo medo ou pelo fascínio, está bem presente nas  
14 discussões sobre o que é ser português.

15 Ora, para os brasileiros, somos pouco mais do que um povo europeu como os outros (que por obra do mero acaso lhes deu  
16 o nome à língua e aparece nos livros de história). Enfim, também lhes demos alguns imigrantes, umas boas anedotas e, agora,  
17 alguns actores desempoeirados. Pouco mais do que isso.

18 Os brasileiros conhecem Portugal, até têm avós transmontanos, mas estamos longe de ser uma das balizas da identidade  
19 brasileira. Somos uma curiosidade histórica.

20 A língua portuguesa é parte, claro, da identidade brasileira, mas sem que por isso os brasileiros sintam uma ligação especial  
21 ao longínquo país donde a língua veio (e donde vieram os brasileiros quase todos, claro). Para os brasileiros, o nome da língua é  
22 um pormenor: o importante é não ser a mesma língua dos vizinhos.

23 Em suma, o que para nós é um foco de tensão identitária, para eles não aquece nem arrefece.

24

#### 25 Os galegos e nós

26 Ora, curiosamente, há um povo que parece ter uma relação connosco parecida com esta nossa relação com os brasileiros:  
27 os galegos.

28 Sim, os galegos olham para Portugal e sabem que a relação com o vizinho do sul é significativa: seja para se afastarem e  
29 ficarem imersos na nação espanhola, seja para se afirmarem como algo diferente dos restantes espanhóis.

30 Mesmo na ortografia da língua, os galegos têm este foco de tensão: ou se aproximam dos espanhóis, com “ñ” e tudo o mais,  
31 ou se aproximam de nós, com os “nh” e outros que tais.

32 Por cá, ignoramos olímpicamente as questões existenciais dos galegos. Sim, conhecemos a Galiza, sabemos que é uma  
33 região dos nossos vizinhos, e até sabemos que há por lá uma outra língua, que mal sabemos reconhecer (na escrita até vemos  
34 algumas parecenças com o português, mas quando os galegos falam soa tudo a espanhol e pronto). Para lá desses factos soltos, a  
35 Galiza não entra no radar dos portugueses.

36 É assim na cabeça dos portugueses – tal como muitos brasileiros nem sabem que os portugueses têm outro sotaque, poucos  
37 portugueses sabem que o galego tem uma relação tão íntima com o português.

38 Talvez fosse engraçado começarmos a virar a nossa atenção também para os vizinhos de cima. A Galiza é essa curiosa  
39 região espanhola onde vemos muito de Portugal, mas com alguma distorção, o que nos dá aquela vertigem de espelho ondulado. É  
40 como se voltássemos à nossa terra muitos anos depois: reconhecemos algumas coisas, outras são-nos estranhas, mas há uma  
41 mistura de conforto e diferença que sabe bem.

42 Entretanto, podemos esperar (talvez sentados) que os brasileiros descubram a cultura portuguesa – quando um dia  
43 acontecer, ganharão muito com isso, tal como ganham imenso os leitores portugueses que ultrapassam certos bloqueios mentais e  
44 começam a ler literatura brasileira, para lá dos lugares comuns dos medos e dos fascínios.

(Disponível em: <<https://medium.com/tribo-humana/os-brasileiros-os-galegos-e-os-portugueses-6668256cb8f7>>. Acesso em 30/06/2015.)

01 - De acordo com o texto, considere as seguintes afirmativas:

1. Assim como os brasileiros não se identificam como descendentes de portugueses e veem, em Portugal, poucas semelhanças com a nossa cultura, os portugueses também não se sentem culturalmente relacionados à Galiza.
2. Os portugueses sentem que os brasileiros acham importante demonstrar que a língua portuguesa falada aqui é diferente da falada em Portugal.
3. Os portugueses não se interessam pelas questões culturais e identitárias dos galegos porque sentem desconforto em reconhecer elementos da sua cultura deturpados por outro grupo.

Assinale a alternativa correta.

- a) Somente a afirmativa 1 é verdadeira.
- b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- c) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- d) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- e) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

**02 - Nesse texto, Marco Neves:**

- a) explica como barreiras culturais têm criado obstáculos para uma aproximação linguística entre portugueses, brasileiros e galegos.
- b) reivindica a precedência de Portugal como elemento balizador da identidade cultural tanto do Brasil quanto da Galícia.
- c) descreve semelhanças entre as línguas de portugueses, galegos e brasileiros, de modo a demonstrar sua unidade identitária.
- ▶ d) lamenta o afastamento cultural entre países cujas línguas têm profundas semelhanças.
- e) defende a integração linguística dos três povos como condição para o fortalecimento da lusofonia.

**03 - Com base no texto, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:**

- ( ) Na linha 23, “eles” refere-se aos brasileiros.
- ( ) Em cada um dos títulos, “nós” faz referência a todos os falantes da língua portuguesa.
- ( ) Na linha 32, “Por cá” refere-se ao Brasil.
- ( ) A expressão “não aquece nem arrefece” (linha 23) tem o mesmo significado que a expressão “não fede nem cheira”.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- ▶ a) V – F – F – V.
- b) V – F – V – F.
- c) F – V – V – F.
- d) F – V – F – V.
- e) F – F – V – V.

**04 - Considere as seguintes afirmativas:**

1. O autor do texto é otimista quanto aos brasileiros descobrirem a cultura portuguesa.
2. Os portugueses leem mais autores brasileiros do que os brasileiros leem autores portugueses.
3. Houve mais concessões por parte de Portugal do que do Brasil no Acordo Ortográfico.

São inferências respaldadas pelo texto:

- a) 3 apenas.
- b) 1 e 2 apenas.
- c) 1 e 3 apenas.
- ▶ d) 2 e 3 apenas.
- e) 1, 2 e 3.

**05 - Assinale a alternativa cujo texto está corretamente pontuado.**

- a) Porém mesmo que se reconheça a imutabilidade da condição humana, o que significa que não houve ou haverá tempo áureo no qual as pessoas serão angelicais. Há fato documentado, nos primórdios do *Homo sapiens*: convivia-se em intensa agregação, hoje, vive-se – não em todos os lugares, é bom ressaltar – de modo individual, até isolado.
- b) Porém, mesmo que se reconheça a imutabilidade da condição humana o que significa que não houve ou haverá tempo áureo no qual as pessoas serão angelicais há fato documentado: nos primórdios do *Homo sapiens* convivia-se em intensa agregação. Hoje vive-se não em todos os lugares, é bom ressaltar, de modo individual, até isolado.
- ▶ c) Porém, mesmo que se reconheça a imutabilidade da condição humana, o que significa que não houve ou haverá tempo áureo, no qual as pessoas serão angelicais, há fato documentado: nos primórdios do *Homo sapiens*, convivia-se em intensa agregação; hoje, vive-se – não em todos os lugares, é bom ressaltar – de modo individual, até isolado.
- d) Porém mesmo que se reconheça, a imutabilidade da condição humana, o que significa que: não houve ou haverá tempo áureo, no qual as pessoas serão angelicais. Há fato documentado: nos primórdios do *Homo sapiens*, convivia-se em intensa agregação; hoje, vive-se – não em todos os lugares –, é bom ressaltar de modo individual, até isolado.
- e) Porém, mesmo que se reconheça a imutabilidade da condição humana; o que significa que não houve ou haverá tempo áureo no qual as pessoas serão angelicais? Há fato documentado, nos primórdios do *Homo sapiens* convivia-se em intensa agregação. Hoje, vive-se, não em todos os lugares, é bom ressaltar de modo individual até isolado.

**06 - Assinale a alternativa escrita de acordo com a norma padrão.**

- a) O professor Kangni Alem escreveu *Escravos*, onde retrata um pouco da realidade entre o final do século XVIII e o início do século XIX, que algumas das revoltas negras, como a dos Malês, por exemplo, explodiu no Brasil, gerando uma histeria antinegros pelas colônias.
- ▶ b) O professor Kangni Alem escreveu *Escravos*, em que retrata um pouco da realidade entre o final do século XVIII e o início do século XIX, quando algumas das revoltas negras, como a dos Malês, por exemplo, explodiram no Brasil, gerando uma histeria antinegros pelas colônias.
- c) O professor Kangni Alem escreveu *Escravos*, que retrata um pouco da realidade entre o final do século XVIII e o início do século XIX, onde algumas das revoltas negras, como a dos Malês, por exemplo, explodiram no Brasil, gerando uma histeria antinegros pelas colônias.
- d) O professor Kangni Alem escreveu *Escravos*, em cujo retrata um pouco da realidade entre o final do século XVIII e o início do século XIX, que algumas das revoltas negras, como a dos Malês, por exemplo, explodiram no Brasil, gerando uma histeria antinegros pelas colônias.
- e) O professor Kangni Alem escreveu *Escravos*, onde retrata um pouco da realidade entre o final do século XVIII e o início do século XIX, em que algumas das revoltas negras, como a dos Malês, por exemplo, explodiu no Brasil, gerando uma histeria antinegros pelas colônias.

07 - Abaixo, segue um trecho de entrevista concedida pelo psicólogo Steve Pinker à revista Veja. Numere a coluna da direita, relacionado as respostas com as respectivas perguntas da coluna da esquerda.

- |   |  |
|---|--|
| 1. Como o senhor vê os livros de autoajuda que prometem reprogramar a mente dos leitores? | ( ) Uma boa aposta é dizer que não. Certamente o processo de evolução não apresenta o mesmo ímpeto de cerca de 100.000 anos atrás, quando surgiram os primeiros crânios modernos.  |
| 2. A mente humana ainda está evoluindo?   | ( ) Algumas abordagens são inofensivas, mas há muita bobagem por aí. É lixo puro tudo que tem a ver com regressão a vidas passadas, tudo que tem a ver com carma, tudo que tem a ver com aconselhamento sobre a criação de filhos. |
| 3. Estaríamos próximos, assim, do limite de nosso desenvolvimento cultural e tecnológico? | ( ) Não, ainda há muito a explorar na mente humana, e é certo que nossa cultura e tecnologia evoluirão drasticamente.  |

Assinale a alternativa que apresenta a numeração correta da coluna da direita, de cima para baixo.

- a) 3 – 1 – 2.  
 b) 3 – 2 – 1.  
 c) 1 – 3 – 2.  
 d) 2 – 3 – 1.  
 ► e) 2 – 1 – 3.

08 - Considere a seguinte pergunta:

“E por que, então, o comportamento humano não é igual ao comportamento de um bovino?”

Determine a ordem correta do texto que responde essa pergunta.

- ( ) Os comandos enviados de cada um desses módulos frequentemente são bastante conflitantes, e nossas reações imediatas são determinadas por qual deles fala mais alto em certo momento. Uma mesma emoção talvez não se traduza num único comportamento se uma ou outra parte da mente evitar que isso aconteça.
- ( ) Isso não significa, entretanto, que sejamos marionetes indefesas nas mãos de nosso DNA. Não existe um gene para cada sentimento, um gene que me faça gostar de ópera e outro que me faça gostar de rock. Essa é a primeira parte da resposta.
- ( ) A mente humana atingiu sua forma atual graças à seleção natural. Ela evoluiu biologicamente no decorrer de milhares de anos e seus traços gerais são determinados por nossa carga genética.
- ( ) A segunda é que não devemos imaginar a mente como uma unidade – ela é um conjunto de módulos especializados, cada um deles responsável por funções como manipular objetos, raciocinar abstratamente, amar ou odiar.

Assinale a alternativa que apresenta a numeração correta, de cima para baixo.

- a) 1 – 3 – 4 – 2.  
 b) 4 – 2 – 3 – 1.  
 c) 2 – 3 – 1 – 4.  
 d) 2 – 1 – 4 – 3.  
 ► e) 4 – 2 – 1 – 3.

09 - Considere o seguinte texto:

Chama \_\_\_ atenção que tantas pequenas e médias empresas desperdicem suas chances enviando propostas mal redigidas ou inadequadas para potenciais clientes que \_\_\_ requisitam. Muitos empreendedores não dão \_\_\_ devida atenção \_\_\_ esse trabalho, que \_\_\_ vezes é entregue \_\_\_ funcionários menos qualificados.

Assinale a alternativa que preenche corretamente as lacunas cima, na ordem em aparecem no texto.

- a) à – às – a – à – as – a.  
 ► b) a – as – a – a – às – a.  
 c) a – as – à – a – às – a.  
 d) a – às – à – à – as – à.  
 e) à – as – à – a – às – à.

10 - Considere a tira ao lado:

Com base nos seus elementos verbais e não verbais, é correto afirmar que a tira:

- a) salienta a posição dos intelectuais que gostam de manter diálogos sobre livros literários.
- b) ironiza a postura de alguns intelectuais que se colocam como referência daquilo que deve ser consumido.
- c) satiriza a posição de pessoas que restringem sua leitura unicamente ao tipo livro de que gostam.
- d) critica a falta de interesse das pessoas em se dedicar mais à leitura de livros.
- e) problematiza a falta de leitura das pessoas, independentemente da classe social de que fazem parte.



(Adaptado de <<https://medium.com/nebula/paulo-8f27f72e47c0>>. Acesso em 14/07/2015.)

## CONHECIMENTO ESPECÍFICO

### 11 - Considere a seguinte descrição de um instrumento de relações públicas:

Sem dúvida alguma é um instrumento de Relações Públicas, embora usualmente não aplicado pelo próprio profissional. Também nesse caso precisa-se de alguém habilitado a estabelecer contatos com o Legislativo Municipal, Estadual ou Federal, e somente com esse, no fornecimento e no recebimento de informações capazes de conduzir favoravelmente, nessa esfera, à solução dos problemas dos grupos interessados. (Simões, Roberto Porto. *Relações Públicas: função política*, 1987)

**Assinale a alternativa que indica o tipo de instrumento descrito no enunciado.**

- a) Cerimonial e Protocolo.
- b) Auditoria.
- ▶ c) Lobby.
- d) Ombudsman.
- e) Patrocínio.

### 12 - Segundo Margarida Kunsch, “a comunicação integrada é uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica”. Assinale a alternativa que apresenta as áreas da comunicação organizacional que compõem a comunicação integrada.

- a) Comunicação institucional, comunicação interna e assessoria de imprensa.
- b) Publicidade e propaganda, relações públicas e comunicação mercadológica.
- c) Marketing, publicidade e propaganda e comunicação interna.
- ▶ d) Comunicação interna, comunicação institucional e comunicação mercadológica.
- e) Jornalismo empresarial, relações públicas e comunicação administrativa.

### 13 - Assinale a alternativa em que todos os itens são instrumentos de comunicação mercadológica.

- a) Relações Públicas – Editoração multimídia – Merchandising – Marketing social.
- ▶ b) Marketing direto – Promoção de vendas – Propaganda – Venda pessoal.
- c) Marketing esportivo – Assessoria de imprensa – Feiras e exposições – Promoção de vendas.
- d) Publicidade institucional – Imagem corporativa – Propaganda – Responsabilidade social.
- e) Identidade corporativa – Marketing cultural – Marketing direto – Balanço social.

### 14 - Segundo a definição da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), Relações Públicas é a “atividade” e o “esforço” deliberado, planejado e contínuo que visa a estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os públicos aos quais esteja direta ou indiretamente ligada. A respeito do assunto, assinale a alternativa correta.

- ▶ a) Relações Públicas, como área profissional, se aplica aos âmbitos empresarial, governamental e do terceiro setor.
- b) As atividades de relações públicas seguem as seguintes etapas: diagnóstico (pesquisa), orçamento, execução e avaliação.
- c) As relações públicas têm por objetivo principal manter um bom relacionamento entre a organização a que servem e a imprensa.
- d) A atividade principal do profissional de Relações Públicas é o planejamento.
- e) A área de Relações Públicas exerce funções essenciais, sobretudo no processo de gestão administrativa.

### 15 - Quanto aos diferentes tipos de comunicação, numere a coluna da direita de acordo com sua correspondência com a coluna da esquerda.

- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. Comunicação administrativa. | ( ) Conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações. |
| 2. Comunicação de massa.       | ( ) Sistema organizacional viabilizado por meio de fluxos e redes.   |
| 3. Comunicação institucional.  | ( ) Seleção direcionada a um público homogêneo identificado.   |
| 4. Comunicação dirigida.       | ( ) Informação disseminada para o público de forma rápida e eficiente.   |

**Assinale a alternativa que apresenta a numeração correta da coluna da direita, de cima para baixo.**

- a) 4 – 1 – 2 – 3.
- ▶ b) 3 – 1 – 4 – 2.
- c) 3 – 2 – 1 – 4.
- d) 1 – 2 – 4 – 3.
- e) 4 – 3 – 1 – 2.

### 16 - São considerados veículos de comunicação interna:

- a) jingle promocional, jornal mural e outdoor.
- b) comercial de TV, newsletter e mídia eletrônica.
- ▶ c) intranet, jornal mural e newsletter.
- d) newsletter, rádio e relatório.
- e) intranet, ouvidoria e spot comercial.

**17 - O release, uma das ferramentas mais usadas na divulgação pelas assessorias de imprensa, pode ser definido como:**

- a) coletânea de informações preliminares com as instruções que o cliente fornece a uma agência para orientar o trabalho dessa agência.
- b) atividade para desenvolver novas ideias ou projetos, juntar informação e estimular o pensamento criativo de um indivíduo ou grupo.
- c) processo de seleção de notícias de jornais, revistas, sites e outros meios de comunicação, geralmente impressos, para conhecimento da instituição interessada.
- d) lista de endereços de destinatários aos quais a assessoria de imprensa envia comunicados, notas, credenciais ou brindes, com o propósito de incentivar a publicação de determinada informação.
- ▶ e) documento visando divulgar uma notícia ou um acontecimento que pode ser usado também para informar, anunciar, contestar, esclarecer ou responder à mídia sobre algum fato que envolva o assessorado.

**18 - Sobre comunicação interna, é correto afirmar:**

- a) Comunicação interna e endomarketing possuem objetivos idênticos.
- b) A comunicação interna baseia-se em trabalhar com os novos funcionários da organização.
- c) A circulação periódica de um jornal interno é a melhor forma para noticiar as transformações ocorridas no ambiente de trabalho.
- ▶ d) Uma comunicação interna eficiente gera percepções positivas para a marca, pois não se restringe aos funcionários, estendendo-se a toda sua rede de relações internas e externas.
- e) A comunicação interna tem como objetivo principal o aumento da produtividade dos funcionários.

**19 - Considere as seguintes tipologias:**

1. **Centro de informação, pesquisas e levantamentos de opinião, atitudes e expectativas, ombudsman, clipping, relatórios e reclamações são \_\_\_\_\_.**
2. **Planejamento participativo, cerimonial e protocolo, lobby, evento, jornal da empresa e atendimento ao público são \_\_\_\_\_.**
3. **Programas de ações, identidade organizacional, propaganda institucional e comercial, balanço financeiro e social, releases, boletins internos, brindes e patrocínios são \_\_\_\_\_.**

**Segundo Roberto Porto Simões, acerca das tipologias dos instrumentos de Relações Públicas, assinale a alternativa que preenche corretamente as lacunas acima.**

- a) 1. Instrumentos de saída – 2. Instrumentos de entrada – 3. Instrumentos mistos.
- b) 1. Instrumentos de mistos – 2. Instrumentos de saída – 3. Instrumentos de entrada.
- ▶ c) 1. Instrumentos de entrada – 2. Instrumentos mistos – 3. Instrumentos saída.
- d) 1. Instrumentos de entrada – 2. Instrumentos de saída – 3. Instrumentos mistos.
- e) 1. Instrumentos mistos – 2. Instrumentos de entrada – 3. Instrumentos saída.

**20 - “As organizações, para viabilizar a comunicação com os mais diferentes públicos, se valem de meios ou veículos orais, escritos, pictográficos, escritos-pictográficos, simbólicos, audiovisuais e telemáticos. É assim que, em síntese, podemos apresentar os meios disponíveis, com base na classificação de Charles Redfield (1980) e as devidas adaptações”. (Kunsch, *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*, 2003). Sobre o assunto, considere as seguintes afirmativas:**

1. **Os meios pictográficos são representados por mapas, diagramas, pinturas, fotografias, desenhos e ideogramas.**
2. **Os meios orais podem ser divididos em diretos e indiretos. Os diretos são: conversas, diálogos, entrevistas, reuniões e palestras. Os indiretos são telefone e rádio, por exemplo.**
3. **Os meios escritos se valem da palavra escrita e da ilustração. São os cartazes, gráficos, diplomas e filmes com legenda.**
4. **Os meios simbólicos são insígnias, bandeiras, luzes, flâmulas, sirenes, sinos e outros que se classificam tanto como visuais quanto auditivos.**

**Assinale a alternativa correta.**

- a) Somente a afirmativa 2 é verdadeira.
- b) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- c) Somente as afirmativas 2 e 4 são verdadeiras.
- ▶ d) Somente as afirmativas 1, 2 e 4 são verdadeiras.
- e) Somente as afirmativas 1, 3 e 4 são verdadeiras.

**\*21 - Segundo Margarida Kunsch, “o planejamento é importante para as organizações porque permite um redimensionamento contínuo de suas ações presentes e futuras”. Sobre esse assunto, é INCORRETO afirmar:**

- a) O planejamento estratégico é responsável pelas grandes decisões, tendo por base as demandas sociais e competitivas, as ameaças e as oportunidades do ambiente concorrencial.
- b) Plano, projeto e programa são documentos que permitem condensar tudo o que foi pensado, possibilitando a organização do processo, de modo a facilitar a tomada de decisão e a realização do que foi planejado.
- c) Os objetivos, em um planejamento, são os resultados a serem alcançados. Já as metas são resultados a serem alcançados em datas preestabelecidas.
- d) O planejamento é um processo complexo que exige conhecimentos, criatividade, análises conjunturais e ambientais, além de aplicativos instrumentais técnicos.
- e) O planejamento operacional atua em uma dimensão mais restrita e em curto prazo. Restringe-se a certos setores ou a áreas determinadas das organizações.

**\* – Questão anulada, portanto todos os candidatos serão pontuados.**

22 - A respeito das atividades de assessoria de imprensa, considere as seguintes afirmativas:

1. As assessorias de imprensa buscam conquistar cobertura editorial na mídia, com apelo noticioso e não comercial.
2. Na era das redes sociais, o assessor digital deixa de conversar somente com jornalistas e passa a se relacionar com blogueiros, webcelebridades e consumidores engajados.
3. *Media training* é uma técnica utilizada para explicar à imprensa questões fundamentais com relação à organização.

Assinale a alternativa correta.

- a) Somente a afirmativa 2 é verdadeira.
- ▶ b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- c) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- d) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- e) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

23 - Segundo o autor Johnny Allen, eventos são rituais, apresentações ou celebrações específicas que tenham sido deliberadamente planejados e criados para marcar ocasiões especiais ou para atingir metas ou objetivos específicos de cunho social, cultural ou corporativo. A respeito do assunto, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:

- ( ) Megaeventos são aqueles que se tornaram tão identificados com o espírito ou mentalidade de um povoado, cidade ou região que são sinônimos do nome do local e obtêm amplo reconhecimento e percepção.
- ( ) Um evento tende a ser um excelente meio de comunicação aproximativa.
- ( ) Um evento é planejado, em suma, para atrair a atenção e despertar o interesse do público e, ao mesmo tempo, informá-lo e conquistar sua boa vontade.
- ( ) Olimpíadas e Copa do Mundo são exemplos de *eventos de marca*, uma vez que várias marcas são projetadas nessas ocasiões.
- ( ) Os encontros de convivência consistem em reunir pessoas para um momento de descontração, integração ou até mesmo negócios, no qual um serviço de *buffet* atende de acordo com o tipo de encontro.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- a) V – V – F – V – F.
- b) V – F – F – V – V.
- c) V – F – V – F – V.
- ▶ d) F – V – V – F – V.
- e) F – V – V – V – F.

24 - Para Cleuza Gimenes Cesca, encontros são eventos com porte e duração variáveis, nos quais as pessoas se reúnem com a finalidade de discutir temas de interesse comum. A respeito do assunto, numere a coluna da direita de acordo com sua correspondência com a coluna da esquerda.

- |                        |   |
|------------------------|---|
| 1. Simpósio.           | ( ) Encontro promovido por entidades associativas com a finalidade de estudar temas cujas conclusões são adotadas no todo ou em parte depois de encaminhadas às autoridades como posição da classe.                                   |
| 2. Mesa Redonda.       | ( ) É um encontro em que as pessoas se propõem ideias acerca de um problema. É uma atividade desenvolvida para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo, colocando-a a serviço de objetivos predeterminados. |
| 3. Convenção.          | ( ) Encontro de caráter religioso, com temas de ética e moral.  |
| 4. Congresso.          | ( ) Momento particularmente importante na vida da empresa: energização da equipe e transferência de pontos importantes da cultura organizacional, como valores, metas, objetivos de negócio etc.                                      |
| 5. Conclave.           | ( ) Encontro em que os expositores ficam sob a coordenação de um moderador, com tempo limitado para exposição e posterior debate. A plateia pode encaminhar perguntas.  |
| 6. <i>Brainstorm</i> . | ( ) Encontro de vários expositores com a presença de um coordenador, geralmente com um tema científico. Após as apresentações, a plateia participa com perguntas.   |

Assinale a alternativa que apresenta a numeração correta da coluna da direita, de cima para baixo.

- a) 6 – 5 – 1 – 2 – 4 – 3.
- ▶ b) 4 – 6 – 5 – 3 – 2 – 1.
- c) 4 – 5 – 1 – 6 – 3 – 2.
- d) 5 – 6 – 2 – 3 – 4 – 1.
- e) 1 – 4 – 5 – 2 – 6 – 3.



25 - Sobre cerimonial e protocolo, considere as seguintes afirmativas:

1. O cerimonial é um conjunto de formalidades, regras e normas a serem seguidas na organização de uma cerimônia oficial, definindo sua sequência lógica e regulando os diversos atos que a compõem.
2. O cerimonial é uma atividade de elaboração e organização de eventos.
3. O protocolo é a ordem hierárquica que estabelece regras de conduta para governos, autoridades e seus representantes, com o objetivo de dar a cada um dos participantes as prerrogativas, privilégios e imunidades aos quais têm direito.

Assinale a alternativa correta.

- a) Somente a afirmativa 1 é verdadeira.
- b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- ▶ c) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- d) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- e) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.

26 - De acordo com o Decreto-Lei nº 5.700, de 1 de setembro de 1971, são símbolos Nacionais a Bandeira Nacional, o Hino Nacional, as Armas Nacionais e o Selo Nacional. A respeito do assunto, assinale a alternativa correta.

- a) Quando várias bandeiras são hasteadas simultaneamente, a Bandeira Nacional é a primeira a atingir o topo e a primeira a descer.
- b) É facultativo o hasteamento da Bandeira Nacional e do Mercosul nas repartições federais, estaduais e municipais situadas na faixa da fronteira.
- c) Em cerimônias oficiais, um Hino Nacional estrangeiro será executado após o Hino Nacional brasileiro.
- d) Nos papéis de expediente e nas publicações oficiais dos níveis municipal, estadual, distrital e federal, exige-se o uso das Armas Nacionais.
- ▶ e) O Selo Nacional é usado para autenticar os atos do governo, bem como os diplomas e certificados expedidos pelos estabelecimentos de ensino oficiais ou reconhecidos.

27 - As formas de tratamento se constituem nos modos pelos quais nos dirigimos às autoridades, quer por meio de correspondência oficial, quer de forma verbal em atos solenes. O pronome de tratamento usado para um Reitor é:

- a) Vossa Eminência.
- b) Vossa Majestade.
- c) Vossa Senhoria.
- ▶ d) Vossa Magnificência.
- e) Vossa Reverendíssima.

28 - Segundo Wesley Cardia, "...se a situação for fácil de resolver, ela não será uma crise. Uma vez iniciada a crise, ela terá que ser gerenciada até que seja debelada. E para isso tem um caminho linear a ser seguido. Não se pode simplesmente fazer com que as coisas voltem ao estágio anterior". Diante do exposto, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:

- ( ) Uma crise, em termos de relações públicas, é qualquer evento que atrai cobertura intensa e negativa da mídia e interfere na atividade habitual do negócio.
- ( ) Para corrigir um erro ao qual toda organização está sujeita, nada melhor do que um pedido de desculpas, uma solução honesta para reparar o erro e o comprometimento de uma efetiva mudança de postura.
- ( ) Uma crise mal gerenciada pode culminar na falência de uma empresa e até mesmo no fim de carreira de uma personalidade.
- ( ) Abafar o caso, até mesmo para seus colaboradores, é uma alternativa para não aumentar a exposição da empresa e evitar que o assunto se propague rapidamente para o público externo.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- a) V – V – F – V.
- b) F – F – V – F.
- ▶ c) V – V – V – F.
- d) F – F – V – V.
- e) V – F – F – V.

29 - Criada por Kenneth Andrews e Roland Christensen, professores da Harvard Business School, e posteriormente aplicada por numerosos acadêmicos, a *SWOT Analysis* estuda a competitividade de uma organização. Sobre essa metodologia, é correto afirmar:

- ▶ a) Através dessa metodologia, pode ser feito o inventário das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.
- b) A *SWOT* auxilia na elaboração do macroambiente.
- c) *SWOT* é a análise a partir do *briefing*.
- d) Os itens ameaças e oportunidades da *SWOT* estão relacionados à análise dos recursos internos da empresa comparados principalmente a seu microambiente.
- e) A análise dos *stakeholders* e sua relação com a empresa é realizada no macroambiente.

30 - A pesquisa constitui um pré-requisito no planejamento de relações públicas, auxiliando na construção de um diagnóstico. A respeito do assunto, considere as seguintes afirmativas:

1. Informações são fatos e estatísticas, podendo ser coletados nas mais diversas fontes possíveis e da forma bruta como se apresentam.
2. Dados secundários são coletados especificamente para o propósito da investigação imediata, sendo coletados pelo próprio interessado.
3. Amostra por conveniência é quando a seleção é deixada a cargo do entrevistador e representa uma técnica barata e simples, porém menos confiável.
4. A pesquisa exploratória tem o objetivo de prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva.
5. A pesquisa qualitativa é projetada para gerar medidas precisas e confiáveis, que permitam uma análise estatística.

Assinale a alternativa correta.

- a) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- ▶ b) Somente as afirmativas 3 e 4 são verdadeiras.
- c) Somente as afirmativas 2, 3 e 5 são verdadeiras.
- d) Somente as afirmativas 1, 2, 4 e 5 são verdadeiras.
- e) As afirmativas 1, 2, 3, 4 e 5 são verdadeiras.

31 - Uma organização está com alto índice de funcionários usuários de álcool e drogas. A organização precisa tomar providências e propor ações no sentido de combater o problema, pois além da produtividade ter diminuído, a informação foi noticiada e a comunidade já está sabendo, o que pode comprometer diretamente a venda de seus produtos. O Relações Públicas é acionado para solucionar o caso. A primeira decisão a ser tomada é:

- a) abrir inquérito para saber se o consumo é realizado dentro da organização e, se esse fato for confirmado, propor à direção a demissão imediata dos funcionários envolvidos.
- b) convocar órgãos auxiliares, como a Secretaria Municipal da Saúde e a Polícia, para realizar um trabalho multidisciplinar, com acompanhamento psicológico aos funcionários.
- c) convocar a imprensa para uma entrevista coletiva, com o intuito de manifestar-se sobre o assunto, informando que providências estão sendo tomadas e que seus produtos e serviços manterão a qualidade.
- ▶ d) reconhecer a dimensão da crise e descobrir imediatamente a origem do problema e por que ele atingiu tais proporções, para traçar as estratégias destinadas a equacionar o problema.
- e) saber da Presidência da Organização que montante de recursos será destinado para a realização de campanha interna de prevenção e auxílio aos funcionários usuários de álcool e drogas.

32 - Sobre a atividade de Relações Públicas, é INCORRETO afirmar:

- a) É dever do profissional de Relações Públicas assumir responsabilidade somente por tarefas para as quais esteja capacitado, reconhecendo suas limitações.
- ▶ b) É vedado ao profissional de Relações Públicas apoiar as iniciativas e os movimentos de defesa dos interesses da classe.
- c) Ao profissional de Relações Públicas é vedado desviar para atendimento particular próprio, com finalidade lucrativa, clientes que tenha atendido em virtude de sua função técnica.
- d) O profissional de Relações Públicas deve empenhar-se para criar estruturas de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.
- e) É vedado ao profissional de Relações Públicas atender clientes concorrentes, sem prévia autorização das partes atendidas.

33 - Philip Lesly destaca que a atividade de relações públicas envolve a completa análise e compreensão dos fatores que influenciam as atitudes das pessoas em relação a uma organização. Ele relaciona oito fases nesse processo. Identifique a ordem cronológica (de 1 a 8) das seguintes fases:

- ( ) Formular políticas.
- ( ) Analisar o estado das opiniões.
- ( ) Determinar a atitude de qualquer grupo em relação à organização.
- ( ) Planejar os meios de melhorar a atitude de um grupo.
- ( ) Responder, avaliar e ajustar.
- ( ) Antecipar problemas potenciais, necessidades e oportunidades.
- ( ) Executar as atividades planejadas.
- ( ) Analisar o clima geral de atitudes e a relação da organização com o seu universo.

Assinale a alternativa que apresenta a numeração correta, de cima para baixo.

- a) 6 – 2 – 5 – 7 – 1 – 4 – 8 – 3.
- b) 5 – 2 – 4 – 6 – 1 – 3 – 7 – 8.
- c) 4 – 3 – 1 – 8 – 7 – 5 – 6 – 2.
- d) 6 – 5 – 2 – 7 – 8 – 3 – 4 – 1.
- ▶ e) 5 – 3 – 2 – 6 – 8 – 4 – 7 – 1.

**34 - Considere a seguinte descrição de Flávio Schmidt:**

Processo de comunicação e interação voltado para o levantamento de informações e identificação de opiniões e percepções a fim de obter, pela análise e interpretação das informações, o resultado qualitativo que determina o perfil organizacional de uma empresa.

**Trata-se da definição de:**

- a) Auditoria de Comunicação Organizacional.
- b) Pesquisa de Opinião Pública.
- c) Pesquisa Institucional.
- d) Auditoria de Imagem.
- ▶ e) Auditoria de Opinião.

**35 - Uma iniciativa da *Social Accountability International (SAI)* orienta e estimula as companhias e outras organizações a aplicar, desenvolver e manter práticas socialmente responsáveis nos locais de trabalho em todas as áreas que podem controlar ou influenciar. Sobre o assunto, considere os seguintes requisitos:**

1. Não empregar trabalho infantil e não admitir fornecedores que o empreguem.
2. Praticar uma política salarial que contemple as necessidades mais básicas de renda dos trabalhadores, prevenindo também os benefícios e períodos de férias.
3. Desenvolver programas de voluntariado.
4. Eliminar práticas disciplinares que preveem castigo corporal e coerção mental e psicológica e não permitir abusos verbais.
5. Apoiar instituições sociais, com doações periódicas.

**São requisitos da SA8000:**

- a) 1 e 4 apenas.
- b) 3 e 5 apenas.
- ▶ c) 1, 2 e 4 apenas.
- d) 2, 3 e 5 apenas.
- e) 1, 2, 3, 4 e 5.

**36 - “A responsabilidade social das empresas ultrapassa a geração de empregos, o pagamento de impostos, a implantação de ações filantrópicas isoladas, muitas vezes paliativas, mas ainda assim importantes em uma sociedade profundamente marcada pela desigualdade e que privilegia o capital em detrimento da dignidade humana” (Oded Grajew, 2000). Nesse sentido, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:**

- ( ) O balanço social é um dos instrumento mais reconhecidos para acompanhamento e monitoramento das práticas de responsabilidade social. Apresenta indicadores sociais, o montante de investimento das organizações em ações empreendidas em benefício do público interno, da cultura, da comunidade local e da sociedade.
- ( ) Há diferenças entre filantropia e compromisso social. Na filantropia, a ação é por opção pessoal do dirigente, enquanto no compromisso social a ação é incorporada na cultura da empresa, envolvendo todos os colaboradores.
- ( ) O GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) foi criado para promover e disseminar práticas empresariais socialmente responsáveis. Elabora guias de responsabilidade social com indicadores para agregar os dados na empresa.
- ( ) O Instituto Ethos atua como um centro de disseminação de informações e tecnologia de ponta do terceiro setor. Surgiu para agrupar empresas preocupadas com a questão social.

**Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.**

- ▶ a) V – V – F – F.
- b) V – F – V – V.
- c) F – V – F – V.
- d) F – F – V – V.
- e) F – V – V – F.

**37 - Identidade, imagem e reputação são questões ligadas entre si e de extrema importância nas organizações. Com base nos conceitos desses tópicos, é correto afirmar:**

- a) A imagem é como a organização é, faz e diz, e como deseja ser percebida. Reflete e projeta a real personalidade da organização.
- b) A identidade da empresa é um efeito de causas diversas, como percepções, induções e deduções, experiências, sensações, emoções e vivências do indivíduo, que são associadas à empresa.
- ▶ c) A reputação é formada pela identificação da legitimidade existente entre os valores e princípios da empresa e suas ações e os valores e interesses de seus públicos.
- d) A reputação é a representação mental desenvolvida pelo resultado e efeito das opiniões e percepções do indivíduo em relação a determinada empresa.
- e) A pesquisa de mercado é um componente de suma importância no plano de Relações Públicas, especialmente no que tange à criação de uma identidade corporativa.

38 - De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, do CONFERP, de agosto de 2011, intitula-se profissional de Relações Públicas a pessoa física ou jurídica legalmente credenciada nos termos da lei em vigor. Sobre esse assunto, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:

- ( ) O profissional de Relações Públicas procurará desenvolver o sentido de sua responsabilidade profissional por meio do aperfeiçoamento de seus conhecimentos e procedimentos éticos.
- ( ) O Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange o seu direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.
- ( ) É vedado ao profissional de Relações Públicas disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis.
- ( ) O profissional de Relações Públicas poderá ser obrigado à revelação de assuntos que possam ser lesivos a seus clientes, empregadores ou ferir a sua lealdade para com eles em funções que venham a exercer posteriormente.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- a) V – V – F – V.
- b) F – V – V – F.
- c) F – V – F – V.
- ▶ d) V – F – V – F.
- e) V – F – V – V.

39 - “É uma publicação dirigida aos acionistas e à sociedade, um relato do que foi empreendido no campo da responsabilidade social da empresa e de como isso concorreu para o bem comum e para a qualidade de vida das pessoas”. (Gutierrez Fortes, Waldyr. *Relações Públicas – processo, funções, tecnologia e estratégias*, 2003)

Assinale a alternativa que indica o tipo de veículo de comunicação descrito no enunciado.

- a) Publicação.
- b) Anais.
- c) Balanço.
- ▶ d) Balanço social.
- e) Relatório.

40 - Em matéria publicada pela Revista Exame, encontramos: “A reputação corporativa de uma empresa, sua valoração a partir da percepção de seus stakeholders, é um recurso intangível de valor extraordinário. Uma empresa com boa reputação é um parceiro desejado, um bom lugar para trabalhar, alguém cujos produtos ou serviços inspiram credibilidade. Por outro lado, as empresas com má reputação perdem o atrativo, a confiança e, finalmente, o relacionamento com seus principais grupos de interesse”. Em Relações Públicas, *stakeholders* são:

- a) os acionistas de uma organização.
- b) os segmentos de público em potencial da organização.
- ▶ c) os públicos estratégicos de uma organização.
- d) os consumidores de uma organização.
- e) as pessoas indicadas pela organização.

41 - A Internet e as novas mídias se tornaram grandes aliadas dos profissionais de comunicação, por serem ferramentas dinâmicas e que permitem uma aproximação com os consumidores. Sobre o uso das redes sociais em ambientes organizacionais, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:

- ( ) As instituições estão conectadas às novas tecnologias em busca da viralização de suas informações, sejam elas positivas ou negativas, para gerar um índice alto de engajamento nas publicações.
- ( ) A tendência é que as organizações substituam os meios de comunicação convencionais, como site e e-mails, pelas redes sociais, tendo em vista a instantaneidade da informação.
- ( ) Um trabalho digital exemplar não é suficiente para equacionar os problemas da organização.
- ( ) As novas mídias servem como instrumento para divulgar as ações da instituição.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- ▶ a) F – F – V – V.
- b) F – V – F – V.
- c) V – V – F – V.
- d) V – F – V – F.
- e) V – V – F – F.

42 - Sobre comunicação digital, é INCORRETO afirmar.

- a) A comunicação digital trabalha de forma dialética, permitindo a interação e a troca de papéis entre emissores e receptores.
- b) O plano de comunicação digital deve estar baseado e sustentado no plano de comunicação estratégica integrada.
- c) A *web* pode ser ideal para mensagens mais curtas, ao passo que os meios impressos podem ser mais eficazes para conteúdos longos, complexos e novas ideias.
- ▶ d) A comunicação digital substituiu outras mídias e também a comunicação presencial.
- e) Uma das características da comunicação digital é a possibilidade de interação e *feedback*, atributos que são chamados de *comunicação simétrica* ou *assimétrica de mão dupla*.

43 - Danah Boyd afirma que estamos vivendo a economia da atenção digital, que exige das organizações diálogo, interação e criatividade, e da comunicação, ação mais relevante. Ela sugere algumas formas de conquistar consumidores da era digital. Quanto a isso, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:

- ( ) Crie um ambiente em que os consumidores possam palpitar à vontade.
- ( ) Conheça os perfis e as preferências dos consumidores de sua marca, pois, quanto mais informações, melhor a interação.
- ( ) Aposte em um nicho de mercado; envie notícias de um produto para quem não teria interesse em comprá-lo.
- ( ) Saiba interferir em ambientes exclusivos de usuários ou monitore-os.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.

- a) F – V – F – V.
- b) F – F – V – V.
- ▶ c) V – V – F – V.
- d) F – V – V – F.
- e) V – F – V – F.

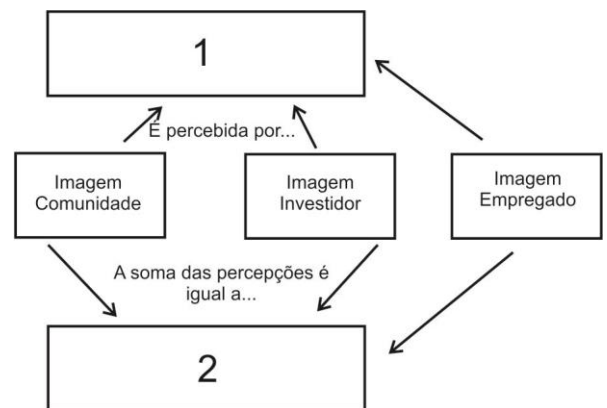
44 - O PodCast ou Pod-Personal On Demand é uma ferramenta que começa a ser usada por algumas organizações. Seu principal objetivo é:

- a) enviar mensagens como o WhatsApp. Por meio dele pode-se tirar fotos, gravar vídeos, adicionar textos e desenhos à imagem, que permanecem por um tempo determinado na tela.
- ▶ b) transmitir arquivos multimídia na Internet criados pelos próprios usuários. É como um blog, só que ao invés de escrever, as pessoas falam.
- c) permitir aos usuários a publicação de textos, imagens, vídeos, links e citações. É uma plataforma de blogging.
- d) permitir aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço e por SMS. É uma rede social e um servidor para microblogging.
- e) partilhar imagens fotográficas e outros tipos de documentos gráficos, como desenhos e ilustrações, além de permitir novas maneiras de organizar fotos e vídeos.

45 - Argenti e Forman (2002) definem um conceito, traduzido na imagem ao lado:

Assinale a alternativa que preenche corretamente os quadros 1 e 2:

- a) 1. Reputação Corporativa – 2. Imagem Institucional.
- ▶ b) 1. Identidade Corporativa – 2. Reputação Corporativa.
- c) 1. Imagem Institucional – 2. Reputação Corporativa.
- d) 1. Imagem Corporativa – 2. Identidade Corporativa.
- e) 1. Identidade Corporativa – 2. Imagem institucional.



\*46 - Com base no Decreto nº 70.274, de 9 de março de 1972, em cerimônias oficiais de caráter federal na Capital da República, seguem ao Presidente da República, por ordem de precedência:

- a) Vice-Presidente da República, Cardeais, Presidente do Congresso Nacional e Embaixadores estrangeiros.
- b) Presidente do Congresso Nacional, Vice-Presidente da República, Embaixadores estrangeiros e Cardeais.
- c) Vice-Presidente da República, Presidente do Congresso Nacional, Cardeais e Embaixadores estrangeiros.
- d) Vice-Presidente da República, Embaixadores estrangeiros, Presidente do Congresso Nacional e Cardeais.
- e) Presidente do Congresso Nacional, Vice-Presidente da República, Cardeais e Embaixadores estrangeiros.

47 - O Ombudsman é um profissional que vem ganhando espaço dentro das grandes e médias organizações, sejam elas públicas ou privadas. Assinale a alternativa que corresponde à função exercida por esse profissional.

- a) Desenvolve a comunicação interna.
- b) Executa o planejamento estratégico.
- ▶ c) Defende os direitos do cidadão/cliente.
- d) Coordena o processo criativo de comunicação.
- e) Realiza e tabula as pesquisas.

\* – Questão anulada, portanto todos os candidatos serão pontuados.

**48 - Considere a seguinte descrição de um evento:**

Consiste em uma organização receber grupos de pessoas seguindo um roteiro criteriosamente preparado, com o objetivo de divulgá-la para o seu público de interesse, por meio da apresentação da sua área física, filosofia, política e ramo de atividade. (Cesca, Cleuza Gimenes. *Organização de Eventos*)

**O tipo de evento descrito é:**

- a) uma palestra.
- b) uma exposição.
- ▶ c) um programa de visitas.
- d) uma feira.
- e) um painel.

**49 - Segundo Richard Bevan, especialista em relações com empregados, “a comunicação é mais que símbolos ou mensagens. É o processo vital pelo qual uma organização sobrevive, adapta-se e prospera. As comunicações com funcionários podem ser verbais ou escritas, pessoalmente ou a distância, individuais ou em grupo, visuais ou eletrônicas. As pessoas se comunicam continuamente com clientes, com outros públicos externos, com seus pares no ambiente de trabalho, com a gerência”. Sobre esse assunto, identifique como verdadeiras (V) ou falsas (F) as seguintes afirmativas:**

- ( ) A comunicação ascendente liga o processo de informação de cima para baixo, ou seja, da cúpula diretiva para suas equipes. Traduz a filosofia, normas e diretrizes.
- ( ) No fluxo horizontal ou lateral, a comunicação ocorre no mesmo nível, ou seja, se processa entre pessoas de posições hierárquicas semelhantes ou iguais dentro da organização.
- ( ) São propósitos da comunicação organizacional: proporcionar informação e compreensão necessárias à condução das tarefas e proporcionar motivação, cooperação e satisfação nos cargos.
- ( ) O fluxo circular é mais adequado nas organizações informais e favorece a efetividade no trabalho.

**Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta, de cima para baixo.**

- a) V – F – V – F.
- ▶ b) F – V – V – V.
- c) F – V – V – F.
- d) F – V – F – F.
- e) V – F – F – V.

**50 - A mesa de honra em sessões solenes é aquela que ocupa uma posição de destaque dentro do dispositivo idealizado para o evento e é integrada pelas autoridades de maior precedência. Assinale a alternativa que corresponde à composição de uma mesa de honra.**

- a) 1. Anfitrião; 2. Presidente do ato; 3. Segunda maior autoridade; 4. Terceira autoridade na precedência; 5. Quarta autoridade.
- b) 1. Anfitrião; 2. Segunda maior autoridade; 3. Presidente do ato; 4. Terceira autoridade na precedência; 5. Quarta autoridade.
- c) 1. Presidente do ato; 2. Anfitrião (quando não for o presidente); 3. Segunda maior autoridade; 4. Terceira autoridade na precedência; 5. Quarta autoridade.
- d) 1. Presidente do ato; 2. Segunda maior autoridade; 3. Terceira autoridade na precedência; 4. Quarta autoridade; 5. Anfitrião.
- ▶ e) 1. Presidente do ato; 2. Segunda maior autoridade; 3. Anfitrião (quando não for o presidente); 4. Terceira autoridade na precedência; 5. Quarta autoridade.

