



**EMBRATUR**

**INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO  
CONCURSO PÚBLICO – NÍVEL SUPERIOR**

# **103 – TÉCNICO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

## **INSTRUÇÕES**

- Verifique atentamente se este **caderno de questões** corresponde ao cargo a que você concorre e se ele contém 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha, com 5 (cinco) alternativas de resposta para cada uma, correspondentes à prova objetiva, e o tema com as orientações para elaboração do texto, correspondente à prova discursiva. Caso o caderno esteja incompleto, tenha qualquer defeito ou apresente alguma divergência quanto ao cargo a que você concorre, solicite ao **chefe de sala** que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
- No momento da identificação, verifique, na **folha de respostas**, se as informações relativas a você estão corretas. Caso haja algum dado incorreto, escreva apenas no(s) campo(s) a ser(em) corrigido(s), conforme instruções na **folha de respostas**.
- Você dispõe de 4 (quatro) horas para fazer a prova objetiva e a prova discursiva.
- Na duração da prova, está incluído o tempo destinado à entrega do material de prova, à identificação – que será feita no decorrer da prova – e ao preenchimento da **folha de respostas** e da **folha de texto definitivo**.
- Você deve deixar sobre a carteira apenas o **documento de identidade** e a **caneta esferográfica de tinta preta** ou **azul**, fabricada com material transparente.
- Não é permitida a consulta a livros, dicionários, apontamentos e apostilas, nem o uso de lápis, lapiseira/grafite e(ou) borracha durante a realização da prova.
- É proibido fazer anotação de informações relativas às suas respostas no comprovante de inscrição e(ou) em qualquer outro meio, que não os permitidos.
- Não é permitida a utilização de qualquer aparelho eletrônico de comunicação. Você deverá desligar e entregar ao **chefe de sala** régua de cálculo, calculadora, agenda eletrônica, *palmtop*, *bip*, *pager*, *notebook*, telefone celular, gravador, receptor, máquina fotográfica, *walkman*, aparelho portátil de armazenamento e de reprodução de músicas, vídeos e outros arquivos digitais, relógio, ou qualquer outro equipamento similar e qualquer tipo de arma, mesmo que com porte autorizado.
- Não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização.
- Somente após decorrida 1 (uma) hora do início da prova, você poderá entregar sua **folha de respostas** e sua **folha de texto definitivo** e retirar-se da sala.
- Você só poderá levar este **caderno de questões** após 3 (três) horas e 30 (trinta) minutos do início da prova.
- Ao terminar a prova, chame o **chefe de sala**, devolva-lhe a sua **folha de respostas** devidamente assinada e sua **folha de texto definitivo** e deixe o local de prova.
- A desobediência a qualquer uma das determinações constantes em edital, no presente caderno, na folha de respostas ou na folha de texto definitivo poderá implicar a anulação da sua prova.

## CONHECIMENTOS BÁSICOS

### Texto I, para responder às questões de 1 a 4.

1 Fazendo uma análise da linguagem empregada  
pelas mensagens publicitárias relativas ao turismo,  
percebe-se que elas, para vender seus diversos produtos de  
4 consumo, têm utilizado palavras, conceitos e referências  
provenientes do universo religioso. É o sagrado no turismo  
que aciona um tesouro de imagens primordiais: a felicidade,  
7 a perfeição, o paraíso.

A palavra paraíso é de origem persa – *pairidaeza*,  
que quer dizer “jardim murado”; e sua representação, seu  
10 símbolo, é um jardim, o lugar onde se deu a criação, o país  
originário de Adão e Eva, enfim o centro do cosmos, que  
remete a um estado de perfeição.

13 Para a tradição religiosa judaico-cristã, no paraíso  
o homem revitaliza-se. Lá se dá a comunicação direta com o  
divino. Lá é o lugar do não trabalho. Não há doenças,  
16 velhice, morte; lá se é imortal e eternamente jovem. É um  
lugar de muitas águas, diversas árvores, solo fértil, e a  
temperatura amena é permanente. Que outra imagem  
19 poderia traduzir uma natureza tão exuberante, intocada,  
atraente e caprichosa?

Depois vieram o pecado, a culpa, a expulsão, e  
22 Deus determinou que querubins interditassem ao homem a  
entrada, mantendo o paraíso inacessível a ele.  
Basicamente, são esses os clichês que acompanham a  
25 imagem do paraíso construída no Ocidente.

Mas o Ocidente sempre sonhou em retornar ao  
paraíso, para aliviar a nostalgia melancólica de tudo aquilo  
28 que um dia fez parte do passado glorioso do homem e que  
foi perdido. E foram muitos os homens que se lançaram em  
sua busca durante os séculos, seduzidos pelo poderoso  
31 desejo de reencontrar esse lugar amado, seja com as  
grandes navegações, seja com as especulações literárias.

O reencontro do paraíso perdido pode dar-se,  
34 ainda, nas viagens turísticas. Muitos brasileiros realizam a  
viagem de seus sonhos: fica cada vez mais barato ir para  
longe de casa. Eles são embalados por propostas e apelos  
37 tentadores para as “fugas” do cotidiano, com mil planos de  
viagens e formas de pagamento diversas e para quaisquer  
orçamentos financeiros. A demanda turística intensifica-se,  
40 e os brasileiros veem que o paraíso está ao seu alcance em  
até cinco vezes, sem juro.

Sabah Aoun. **A procura do paraíso no universo do turismo.**  
Rio de Janeiro: Papirus, 2001 (com adaptações).

### QUESTÃO 1

Assinale a alternativa que interpreta corretamente ideias do texto I.

- (A) Questões religiosas perpassam o universo do turismo, imprimindo nele sacralidade, apesar da baixa credibilidade por parte do público-alvo das mensagens publicitárias.
- (B) O texto demonstra preconceituosa percepção das mensagens publicitárias relativas ao turismo, o que pode ser comprovado pelas reflexões acríicas apresentadas.
- (C) De acordo com o texto, cada ser humano que, neste momento, pisa o solo terrestre conheceu o paraíso, foi expulso de lá e diz desejar retornar ao jardim murado.
- (D) Os querubins mencionados no texto são mitos integrantes dos clichês que acompanham a imagem do paraíso construída no Oriente.
- (E) Infere-se que a imagem do paraíso consolidou-se no imaginário religioso da civilização judaico-cristã.

### QUESTÃO 2

Assinale a alternativa correta acerca da estrutura gramatical de partes do texto I.

- (A) O verbo inicial do texto, linha 1, remete a um termo, o sujeito, que está subentendido e pode ser identificado em virtude de esse verbo estar no gerúndio.
- (B) A palavra **para** tem o mesmo sentido nas linhas 3, 13 e 27.
- (C) O termo “Lá”, linha 15, refere-se ao **paraíso**.
- (D) A sequência “a felicidade, a perfeição, o paraíso”, linhas 6 e 7, compõe uma enumeração que explica o termo “tesouro” (linha 6).
- (E) A substituição da palavra “homem” por **mulher**, na frase das linhas de 21 a 23, provocaria o aparecimento do sinal indicativo de crase antes de **mulher** e antes de **ela**, que deveria substituir “ele”, pois a crase precede palavras femininas.

### QUESTÃO 3

Assinale a alternativa em que a reescritura proposta mantém a correção gramatical e preserva o sentido original de passagem do texto I.

- (A) **e a sua representação, o seu símbolo, é um jardim** (linhas 9 e 10)
- (B) **é o jardim, um lugar onde se deu uma criação, um país originário de Adão e Eva, enfim um centro do cosmos** (linhas 10 e 11)
- (C) **Mas o Ocidente sempre sonhou de retornar ao paraíso** (linhas 26 e 27)
- (D) **Não tem doenças, velhice, morte** (linhas 15 e 16)
- (E) **E foram muitos os homens, que se lançariam em sua busca durante séculos** (linhas 29 e 30)

### QUESTÃO 4

Assinale a alternativa que reescreve corretamente passagem do texto I.

- (A) **Muitos brasileiros realizam a viagem de seus sonhos, portanto fica cada vez mais barato ir para longe de casa.** (linhas de 34 a 36)
- (B) **Como fica cada vez mais barato ir para longe de casa, muitos brasileiros realizam a viagem de seus sonhos.** (linhas de 34 a 36)
- (C) **para quaisquer orçamentos financeiros. A demanda turística, entretanto, intensifica-se** (linhas 38 e 39)
- (D) **Basicamente, são esses os pensamentos que acompanham a imagem do paraíso construída no Ocidente.** (linhas 24 e 25)
- (E) **nostalgia melancólica de tudo que um dia fez parte do passado glorioso do homem, que foi perdido.** (linhas de 27 a 29)

Texto II, para responder às questões de 5 a 7.

**Embratur lança guias turísticos de cidades brasileiras para iPhone e iPod touch**

Escrito por **iLex**, às 17:00 - 2 de junho de 2010

1 Olhem só que novidade legal: a **Embratur** lançou na App Store, sem muito alarde, uma série de guias turísticos de cidades brasileiras, compatível com iPhone e iPod touch. É o

4 **Brasil Mobile**, que tem como objetivo ajudar turistas nacionais e estrangeiros a descobrirem a enorme variedade de destinos do nosso país.

7 O aplicativo possui 10 versões, cada uma cobrindo uma cidade diferente. Inicialmente há versões para Belo Horizonte, Brasília, Florianópolis, Fortaleza, Manaus, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. E tudo em três idiomas: português, inglês e espanhol.

10 Além de fotos, há a lista dos principais pontos turísticos da cidade, divididos em categorias, como Patrimônio, Atividades Culturais, ao Ar Livre, entre outros. Realmente, excelente.

13 O aplicativo também traz incorporado um mapa com os pontos pré-cadastrados. Isso é ótimo, visto que no aplicativo **Mapas** do sistema nem sempre é prático

16 individualizar os lugares turísticos.

19 Há também uma página de **Informações Úteis**, com o básico necessário para visitar a cidade (como código de área, telefones importantes e endereços). Uma mão na roda para todo viajante.

Comentários:

25 **André** disse [2 de junho de 2010 às 17:10]: *Muito 10!!*

**Marcello Pimenta** disse [2 de junho de 2010 às 17:12]: *Sensacional mesmo!!! Muito bom saber... seria excelente se outros países fizessem o mesmo, eu estou indo para Buenos Aires em dezembro e estou tendo que catar tudo na internet...um guia tal como esse seria de EXTREMA valia... sorte para quem vai vir visitar o Brasil... parabéns à Embratur...*

**Dinnosan** disse [2 de junho de 2010 às 17:15]: *Muito bom, é o Brazil com Z se mostrando para o mundo, que venham os turistas com seus \$\$\$\$. Valew pela dica iLex.*

**Edu** disse [3 de junho de 2010 às 01:26]: *Não, é o Brasil com "s" mesmo. O tempo do Brasil com Z já foi, e espero que nunca mais volte.*

**Vincius** disse [2 de junho de 2010 às 17:34]: *É sério que isso está somente em inglês?*

**iLex** disse [2 de junho de 2010 às 18:37]: *É sério que você não leu o post?*

43 **André** disse [2 de junho de 2010 às 17:47]: *Boa iniciativa. Agora é aperfeiçoar*

**Bruno Melo** disse [2 de junho de 2010 às 17:48]: *Caracaaaa iniciativa na moral, bacanudo!!!!!!!*

**Jaderson** disse [12 de junho de 2010 às 09:23]: *Oi pessoal! Sou responsável por esse projeto na EMBRATUR e fico feliz que estão gostando.*

Grande abraço.

Internet: <<http://blogdoiphone.com>> (com adaptações).  
Acesso em 4/1/2011.

QUESTÃO 5

O texto II foi retirado de *blog* da Internet e está intencionalmente reproduzido sem alterações gramaticais. Assinale a alternativa que interpreta corretamente o texto.

- (A) Os comentários feitos pelos participantes do *blog* inscrevem-se em sequência temporal.
- (B) A escolha da variante mais informal da linguagem revela baixo grau de escolaridade dos comentaristas.
- (C) Os participantes do *blog* demonstram falta de civilidade no trato uns com os outros.
- (D) A linguagem dos comentários é a coloquial, com intervenções por vezes brincalhonas e uso de gírias.
- (E) Os nomes de todos os comentaristas certamente são verdadeiros, já que o *blog* de que participam é oficial de empresa de renome internacional.

QUESTÃO 6

Assinale a alternativa que interpreta corretamente o texto II, no plano das ideias e(ou) da gramática normativa.

- (A) O texto-base, de autoria de "iLex", é predominantemente informal, com algumas intervenções de formalidade linguística.
- (B) "iLex" pergunta se "Vincius" não leu o *post* porque este continua acreditando na existência do nome do Brasil com "z", como em inglês.
- (C) As emoções, os sentimentos são variados nos comentários e, além de palavras, estão graficamente marcados por caixa-alta, repetição de vogal, sinal de pontuação.
- (D) Alguns sentimentos estão presentes nos comentários: orgulho, ufanismo, gratidão, irritação, esperança, admiração, satisfação, inveja e ciúme.
- (E) Problemas de grafia não são localizados no texto.

QUESTÃO 7

Assinale a alternativa correta com relação ao texto II.

- (A) O texto inicia-se com uma chamada dirigida a André.
- (B) As emoções e os sentimentos são, no plano verbal, percebidos, entre outros, por meio de interjeições e frases optativas.
- (C) As intervenções de cada comentarista desconsideram o que foi dito antes por outro; assim, elas poderiam ser reordenadas aleatoriamente.
- (D) Tendo em vista que o "Brasil Mobile" abrange dez cidades brasileiras, é correto concluir que ao menos uma dessas cidades possui versão desse aplicativo apenas em português.
- (E) Exemplos de eufemismo podem ser encontrados no texto-base "Uma mão na roda para todo viajante" (linhas 22 e 23) e no pronunciamento de **Marcello Pimenta** "seria excelente se outros países fizessem o mesmo" (linhas 27 e 28).

## QUESTÃO 8

- 1 O Google e a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) anunciaram, no final da manhã de hoje, uma parceria para a promoção do turismo brasileiro no exterior.
- 4 O canal Visit Brasil, hospedado no YouTube, é o primeiro a integrar a convergência de duas tecnologias do Google: Maps e YouTube.
- 7 O novo canal, exclusivo no mundo, integra vídeos de destinos turísticos brasileiros à navegação simultânea no Google Maps. O Visit Brasil estreia com 88 vídeos de
- 10 destinos turísticos nacionais, além de depoimentos de celebridades e turistas que visitaram o país, com legendas em 68 idiomas.
- 13 Do total de turistas que visitaram o Brasil em 2008, 27,6% utilizaram a Internet como principal meio de informação para a viagem, segundo a Demanda Turística
- 16 Internacional, estudo da Fipe/ EMBRATUR.
- Desenvolvida em aproximadamente seis meses pelo Google, com exclusividade e sob medida para a
- 19 EMBRATUR, a nova ferramenta busca atender às necessidades dos turistas estrangeiros com interesse em visitar o Brasil.

Ricardo Fraga. Internet: <<http://googlediscovery.com>> (com adaptações). Acesso em 3/1/2011.

Assinale a alternativa correta acerca das informações desse texto.

- (A) As palavras “turísticos” e “país” são acentuadas pela mesma razão.
- (B) O sinal indicativo de crase da linha 8 pode ser adequadamente eliminado, pois antecede substantivo qualificado por um adjetivo.
- (C) As duas vírgulas da linha 4 podem ser excluídas sem prejuízo semântico e(ou) gramatical para o conteúdo da frase em que se inserem.
- (D) A correção linguística e o sentido ficam preservados na troca da preposição “em”, linha 17, por **para**.
- (E) A preposição “em” pode ser substituída por **de** na linha 20, com manutenção da correção gramatical da construção.

## QUESTÃO 9

Os aposentos de um hotel internacional estão distribuídos em corredores com uma dúzia de apartamentos de cada lado. Um dos corredores está com os apartamentos ocupados, exceto um deles, que fica no meio do corredor. Um hóspede chega ao hotel e será acomodado naquele aposento. Se os hóspedes já acomodados naquele corredor forem redistribuídos aleatoriamente no mesmo corredor, e, exatamente, dez deles tiverem a mesma nacionalidade do hóspede que será acomodado agora, então a probabilidade de que os três vizinhos — à esquerda, à direita e à frente — do novo hóspede sejam seus compatriotas é

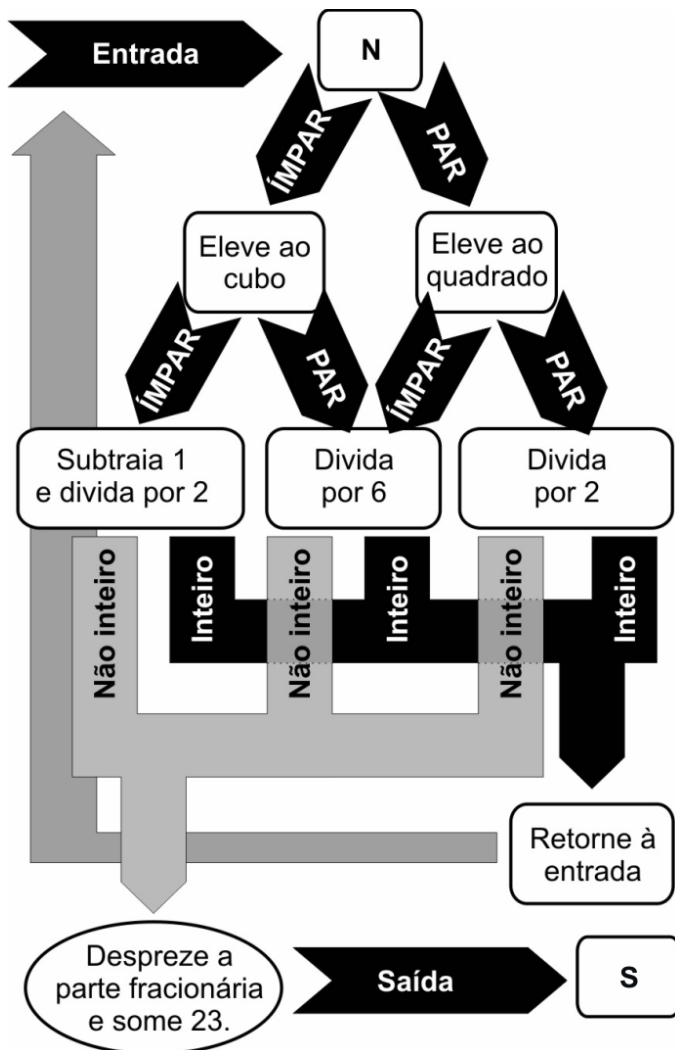
- (A) menor que 5%.
- (B) maior que 5%, mas menor que 10%.
- (C) maior que 10%, mas menor que 15%.
- (D) maior que 15%, mas menor que 20%.
- (E) maior que 20%.

QUESTÃO 10

Na entrada de um parque, está afixada uma placa na qual se pode ler a seguinte advertência: "Proibida a entrada de bicicleta ou skate". De acordo com a lógica formal,

- (A) está proibido entrar com bicicleta assim como entrar com skate.
- (B) está proibido entrar com bicicleta, mas não com skate.
- (C) está proibido entrar com skate, mas não com bicicleta.
- (D) está proibido uma mesma pessoa entrar com bicicleta e com skate.
- (E) tudo é permitido.

QUESTÃO 11



No diagrama representado nessa figura, N é um número natural maior que 23. Existe um valor de N para o qual o valor de saída S é menor do que 47?

- (A) Sim, e esse valor é único.
- (B) Sim, e esse valor é um número múltiplo de 7.
- (C) Sim, e os valores possíveis são números pares.
- (D) Não: é impossível obter o valor de saída S.
- (E) Não, todos os valores de N geram S maior que 47.

RASCUNHO

## QUESTÃO 12

Considere que o sistema de reservas de um hotel organize a distribuição dos hóspedes de modo que os de mesma nacionalidade sejam agrupados apenas em apartamentos vizinhos (laterais ou frontais) e que eles ocupem o menor número possível de apartamentos de um mesmo lado de um corredor com 12 apartamentos de cada lado. Se, dos 24 hóspedes que deverão ocupar os apartamentos de um corredor, 10 têm a mesma nacionalidade, e os demais têm nacionalidades distintas, o total de formas diferentes que o sistema de reservas do hotel terá para acomodá-los nesse corredor é dado por

- (A) 16!
- (B) 24!
- (C)  $10! \cdot 14!$
- (D)  $10! \cdot 15!$
- (E)  $8 \cdot 10! \cdot 14!$

## QUESTÃO 13

### Os Patrimônios Culturais da Humanidade

O título de Patrimônio Cultural da Humanidade é concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) a monumentos, edifícios, trechos urbanos e até ambientes naturais de importância paisagística que tenham valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico.

Com isso, a UNESCO busca não apenas catalogar, mas ajudar na identificação, na proteção e na preservação de bens culturais considerados especialmente valiosos para a humanidade. Esse objetivo está incorporado em um tratado internacional denominado **Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural**, aprovado pela UNESCO em 1972.

Eis a lista dos Patrimônios Culturais brasileiros:

- A cidade histórica de Ouro Preto (1980)
- O Centro Histórico de Olinda (1982)
- As Ruínas Jesuítico-Guaranis de São Miguel das Missões (1983)
- O Centro Histórico de Salvador (1985)
- O Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, em Congonhas (1985)
- Brasília (Plano Piloto) (1987)
- O Parque Nacional da Serra da Capivara (1991)
- O Centro Histórico de São Luís (1997)
- O Centro Histórico de Diamantina (1999)
- O Centro Histórico de Goiás (2001)

Internet: <http://www.braziltour.com/heritage> (com adaptações).  
Acesso em 22/12/2010.

Um servidor da EMBRATUR está encarregado de montar roteiros turísticos de visitação aos Patrimônios Culturais da Humanidade que se encontram no Brasil. Um dos roteiros tem de começar por Brasília, incluir dois outros locais e terminar com o Centro Histórico de Salvador. Outro roteiro deve incluir três locais que não estarão no primeiro roteiro. Ele deseja saber, inicialmente, apenas o total de roteiros distintos que poderia montar somente com essas condições, desconsiderada a ordenação dos demais locais em um roteiro. O total correto de possibilidades que o servidor deve encontrar é igual a

- (A) 560.
- (B) 900.
- (C) 1.120.
- (D) 1.800.
- (E) 2.520.

#### QUESTÃO 14

A partir dos anos 1930, com a Era Vargas, o Brasil deu início a um importante processo de modernização da economia. Desde então, a despeito de momentos de crise e de inflexões, esse movimento não cessou. Nos dias de hoje, é possível verificar que, tal como ocorre com outros países emergentes, o crescimento econômico do Brasil

- (A) não é mais expressivo porque ainda persiste a forte instabilidade dos preços, que inibe o consumo, e diminuto é o peso do setor industrial e do de serviços no conjunto da economia.
- (B) é, em aparente paradoxo, marcado pela vigorosa retração do processo de urbanização da sociedade, fenômeno que se explica pela crescente importância do agronegócio.
- (C) ainda não foi suficiente para ampliar a participação do país no mercado mundial, problema determinado, sobretudo, por sua reduzida capacidade de exportar produtos primários.
- (D) é financiado, em larga medida, por um sistema bancário tecnologicamente avançado, cujos serviços são oferecidos ao setor produtivo e incorporam o conjunto da população adulta do país.
- (E) tende à descentralização tanto geográfica quanto da riqueza produzida, deslocando-se dos grandes centros urbanos, a exemplo das capitais dos estados, para as cidades médias localizadas no interior.

#### QUESTÃO 15

Em recente entrevista ao caderno “Razão Social”, do jornal **O Globo**, a geógrafa Bertha Becker afirma que a Amazônia carece de “uma revolução do empreendedorismo, porque falta imaginação para gerir a floresta. A Amazônia precisa de empreendedores, pessoas que descubram formas de utilizar os recursos sem destruir a mata. O desafio é a inovação. E o Brasil tem condições de fazer isso”. Considerando esse ponto de vista e aspectos marcantes da economia brasileira contemporânea, assinale a alternativa correta.

- (A) O que a geógrafa sugere para a Amazônia é algo de desafiador, já que o Brasil desconhece inovações consistentes no cultivo da terra, as quais tenham levado ao aumento da capacidade de produção do país.
- (B) A geógrafa defende a tese da impossibilidade concreta de se preservar a floresta. Assim, não há outra saída para a região que não seja o desmatamento, ainda que realizado sob controle governamental.
- (C) Para a mencionada entrevistada, inovar, na Amazônia, significa incentivar a ação de empreendedores comprometidos em atender a crescente demanda internacional por madeira de boa qualidade.
- (D) Quando se fala em atitudes inovadoras na economia, um setor em que o Brasil se destaca, constituindo-se em referência mundial, é o da prospecção de petróleo em águas profundas.
- (E) A revolução do empreendedorismo, a que alude a citada geógrafa, em verdade pressupõe a adoção de um modelo para a exploração da Amazônia que se afasta do conceito de desenvolvimento sustentável.

#### QUESTÃO 16

A ordem global não se restringe à economia. O certo é que as incessantes inovações tecnológicas não apenas ampliam a capacidade produtiva, mas tornam o mundo menor. Eis a nova realidade com a qual a civilização contemporânea passa a conviver. Nessa realidade, a rapidez na circulação de mercadorias e de capitais também se faz presente na movimentação das pessoas. Calcula-se, por exemplo, que cerca de 30 bilhões de dólares são movimentados anualmente pelo setor de encontros, incentivos, convenções e feiras. Algo em torno de 50 milhões de viagens são realizadas no mundo, por ano, com o objetivo de participação em eventos ou em grupos de incentivo. Considerando o Brasil em meio à realidade turística atual, assinale a alternativa correta.

- (A) País com o maior número de títulos em copas do mundo, o Brasil sediará, pela primeira vez, o torneio da FIFA, a ocorrer em 2014.
- (B) O eixo Ásia-América do Sul, Brasil à frente, concentra a esmagadora maioria de congressos, convenções e viagens de incentivo, com larga vantagem em relação ao eixo Europa-América do Norte.
- (C) Jogos Mundiais Militares (2011), Copa do Mundo de Futebol (2014) e Jogos Olímpicos (2016) colocam o Brasil no mapa das grandes competições esportivas mundiais.
- (D) O Brasil ainda não dispõe de um órgão governamental especializado em promover o país como destino turístico global, lacuna que em breve deverá ser sanada.
- (E) Por imposição legal, os grandes eventos esportivos internacionais que o Brasil sediará nos próximos anos não poderão contar com o concurso da iniciativa privada.

#### QUESTÃO 17

A educação permanece como um dos maiores desafios do Brasil. Sucessivas avaliações, também internacionais, apontam para graves deficiências na educação básica, o que acaba por prejudicar o próprio desempenho econômico do país. A propósito do atual quadro educacional brasileiro, assinale a alternativa correta.

- (A) Está quase todo universalizado o acesso das crianças brasileiras ao ensino fundamental, que é o nível obrigatório de escolaridade, mas ainda é baixo o desempenho escolar.
- (B) A maioria absoluta das vagas no ensino superior é oferecida por universidades mantidas pelo poder público, sobretudo as federais.
- (C) Escolas de tempo integral, como são as da rede pública das regiões Sul e Sudeste, tendem a apresentar resultados melhores que as de tempo parcial.
- (D) A inexistência de programas oficiais de incentivo ao acesso e de financiamento dos estudos mantém ociosas milhares de vagas em instituições privadas de ensino superior.
- (E) O sistema educacional brasileiro, da educação infantil à pós-graduação, é unitário, ou seja, mantido e administrado centralmente pelo Ministério da Educação.

### QUESTÃO 18


Com base na figura a seguir, pertencente ao Painel de Controle do Windows 7, assinale a alternativa que indica a categoria adequada para ajustar a resolução da tela.



- (A) "Relógio, Idioma e Região"
- (B) "Aparência"
- (C) "Programas"
- (D) "Facilidade de Acesso"
- (E) "Rede e Internet"

### QUESTÃO 19

O Internet Explorer 8 introduziu novos recursos que tornam a navegação na Web mais rápida, fácil, segura e confiável. A

presença da figura  na barra de comandos desse programa, no acesso a uma página, indica que

- (A) o recurso *Web Slice* está disponível e que, caso se deseje, podem-se obter as atualizações dessa página de forma automática.
- (B) a navegação *In Private* está ativada e que todos os registros de acesso serão automaticamente apagados quando o navegador for finalizado.
- (C) o Internet Explorer está sendo executado em modo de compatibilidade com outros navegadores.
- (D) essa página possui recursos de áudio e vídeo prontos para serem executados.
- (E) o *site* é confiável e que todas as informações digitadas na página são criptografadas.

### QUESTÃO 20

Assinale a alternativa que apresenta o conjunto de recurso(s) que permite, de forma mais adequada, incluir a equação " $\alpha \cos \theta \neq \beta$ " no documento Word 2007, a partir da guia "Inserir" na Barra de Ferramentas.

- (A) Grupo *WordArt*
- (B) Grupo *SmartArt*
- (C) Grupos *Equação e Símbolo*
- (D) Grupo *Formas*
- (E) Grupo *Layout da Web*

### QUESTÃO 21

A screenshot of Microsoft Office Excel 2007. The ribbon shows 'Início', 'Inserir', 'Layout da Página', 'Fórmulas', 'Dados', 'Revisão', and 'Exibição'. The spreadsheet contains the following data:

	A	B	C	D	E
1	TENDÊNCIAS DO TURISMO MUNDIAL - ENTRADA DE TURISTAS (MILHÕES)				
2				Previsão	
3		2003	2006	2010	2020
4	Mundo	694,0	842,0	1.006,0	1.561,0
5	Américas	112,4	136,2	190,0	282,0
6	América do Sul	9,3	19,5	26,9	42,8

Essa figura representa planilha feita no Microsoft Office Excel 2007, versão em português. Nela, os dois retângulos delimitados, respectivamente, pelas células de A4 até A6 e de D3 até E6 podem ser especificados em conjunto da seguinte forma:

- (A) A4:E6
- (B) A4:A6-D3:E6
- (C) A4-A6;D3-E6
- (D) A4:A6;D3:E6
- (E) A4,E6;D3,E6

### QUESTÃO 22

Lê-se no Plano Aquarela 2020 que, de 2004 a 2009, a EMBRATUR realizou, por meio de institutos de pesquisas qualificados, três sondagens qualitativas com turistas estrangeiros. Assinale a alternativa que apresenta um importante resultado obtido na última sondagem.

- (A) Foi praticamente nula a utilização da Internet para a busca de informações relativas ao país antes da viagem.
- (B) Decresceu o número de turistas que consideram alta ou muito alta a qualidade dos produtos brasileiros.
- (C) A **Marca Brasil** é ainda rigorosamente desconhecida pela quase totalidade dos turistas estrangeiros.
- (D) Telecomunicações e sinalização turística foram aspectos do país bastante elogiados pelos visitantes.
- (E) A ideia de que o melhor do país é o próprio povo brasileiro foi citada por número expressivo de turistas.



### QUESTÃO 23

Identificado como “uma viagem de inclusão”, o Plano Nacional de Turismo, ao ser elaborado e apresentado ao país, buscou atingir determinados objetivos. Assinale a alternativa que apresenta um deles.

- (A) Desenvolver o produto turístico brasileiro com o máximo possível de qualidade, demonstrando, em relação ao cenário cultural e à paisagem natural, a perfeita unidade de um país que, a rigor, desconhece diversidades regionais.
- (B) Garantir a ampliação e a diversificação do consumo do produto turístico no mercado nacional, sem que, para tanto, seja necessário incentivar o aumento tanto da taxa de permanência nos destinos escolhidos quanto do gasto médio do turista.
- (C) Promover o turismo como fator de inclusão social, não só por meio da geração de postos de trabalho e consequente renda, mas também pela inclusão da atividade turística na agenda de consumo do conjunto da população brasileira.
- (D) Consolidar um sistema de informações turísticas que facilite a tomada de decisão no setor, mas abstraindo-se de utilizá-lo para outras finalidades tecnicamente complexas ou politicamente problemáticas, como a monitoração dos impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade.
- (E) Atrair divisas para o país, fazendo uso das mais variadas estratégias, porém sem fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro no mercado nacional e no internacional, por considerá-la potencialmente prejudicial a um país emergente como o Brasil.

### QUESTÃO 24

O Plano Aquarela 2020 foi concebido para atender a determinados objetivos do turismo internacional no Brasil. Assinale a alternativa que apresenta um desses objetivos estratégicos.

- (A) Aproveitamento da realização de grandes eventos esportivos mundiais, normalmente acompanhados por públicos gigantescos de todo o mundo, para fazer o Brasil mais conhecido como destino turístico.
- (B) Promoção do Brasil como destino turístico regional, com absoluto destaque para as imagens de um país exótico, dotado de exuberante natureza praticamente intocada pela ação humana.
- (C) Envolvimento do setor privado com reservas, com permissão de sua presença nas áreas em que o poder público não puder atuar, seja por dificuldades técnicas, seja por insuficiência orçamentária.
- (D) Ênfase na obtenção de resultados imediatos, de curto prazo, no trabalho de promoção turística internacional do Brasil, como forma de superar o atraso de décadas de descuido na atração de turistas estrangeiros.
- (E) Desconhecimento das experiências de outros países que já realizaram grandes eventos mundiais, como forma segura de estimular a criatividade e o senso inovador que particularizam a cultura brasileira.

### QUESTÃO 25

Considerando o modo como foram estruturados (Planejamento e Gestão; Informação e Estudos Turísticos; Logística de Transportes; Regionalização do Turismo; Fomento à Iniciativa Privada; Infraestrutura Pública; Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos; Promoção e Apoio à Comercialização), os macroprogramas contidos no Plano Nacional de Turismo – *Uma Viagem de Inclusão* podem ser entendidos como

- (A) uma carta de intenções para o setor, a ser submetida ao exame e à aprovação da Presidência da República e do Congresso Nacional.
- (B) o conjunto de programas que organizam, por temas afins, as diversas atividades executivas da ação ministerial e de seus parceiros.
- (C) a sequência de ações a serem desenvolvidas pelo Ministério do Turismo, de modo centralizado e nacionalmente unificado.
- (D) a listagem de projetos específicos para o setor turístico, com foco direcionado para o atendimento das demandas do mercado externo.
- (E) um minucioso detalhamento das metas a serem alcançadas com base na implantação dos projetos definidos consensualmente como prioritários.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

### QUESTÃO 26

No livro **O poder das multidões**, Jeff Howe revela um novo conceito segundo o qual as redes sociais virtuais fomentam o trabalho em equipe e indicam prioridades institucionais com base na experiência coletiva de contribuir com as instituições por meio destes canais de comunicação: *site*, *blog*, Twitter, Orkut, Facebook. Uma realidade cada vez mais inexorável, pois colabora com noções de responsabilidade social, consumo sustentável e relações com a comunidade. Esse conceito é conhecido como

- (A) *crossover*.
- (B) *cross-media*.
- (C) *crowdsourcing*.
- (D) *crossfoxing*.
- (E) *crossfield*.

### QUESTÃO 27

Em função do número cada vez maior de meios e veículos de comunicação, o profissional de mídia reconhece que alguns meios proporcionam maior memorização da mensagem publicitária. Entre eles, estão

- (A) o cinema e o mobiliário urbano.
- (B) a Internet e a televisão.
- (C) as mídias alternativas e a televisão.
- (D) a televisão e o rádio FM.
- (E) as revistas e os jornais.

### QUESTÃO 28

Pesquisa, em sentido geral, é todo procedimento sistemático de investigação ou de busca minuciosa para averiguar e estudar a realidade, com o fim de descobrir ou estabelecer fatos ou princípios relativos a um campo qualquer de conhecimento. Atualmente, as modalidades de pesquisa em comunicação são muitas; entre elas, a pesquisa de opinião pública. Assinale a alternativa que apresenta característica(s) da pesquisa de opinião pública.

- (A) Conhecer mais profundamente a reação psicológica do público com referência a determinada marca, produto, acontecimento ou serviço; determinar as razões pelas quais os consumidores adquirem certa marca ou tipo de produto.
- (B) Influir na comercialização de um produto ou serviço, mediante processo de coleta, registro e análise interpretativa dos fatos relacionados a problemas de distribuição e venda ao consumidor.
- (C) Envolver testes de mercado para serviços recém-criados (incluindo sua necessidade, utilidade para o consumidor e possibilidades de aceitação), a procura de novas utilidades para serviços já existentes e até estudos sobre a eficácia da embalagem (pacotes turísticos, como exemplo).
- (D) Determinar as características de um mercado e medir a sua extensão, para avaliar o seu potencial de vendas (ou seja, a estimativa da capacidade de compra de um determinado produto, serviço ou ideia pelos consumidores).
- (E) Levantar as atitudes e as opiniões do público acerca de determinado assunto, acontecimento notório, instituição etc.; emprega-se essa denominação principalmente para sondagens relacionadas a objetivos sociológicos, jornalísticos ou políticos.

### QUESTÃO 29

Na atividade publicitária, o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) foi criado para fiscalizar as relações comerciais entre veículos, agências de publicidade e anunciantes. Nesse sentido, acompanha o cumprimento da remuneração das agências, prevista na chamada Lei da Propaganda. Assim, os veículos

- (A) garantem descontos às agências que compram um grande volume de mídia, conforme tendências comerciais nos países europeus.
- (B) remuneram as agências de propaganda em 20% sobre o valor da mídia autorizada.
- (C) garantem descontos às agências que compram um grande volume de mídia, conforme tendências comerciais nos países norte-americanos.
- (D) garantem às agências uma remuneração estipulada em suas tabelas de preço e manual de procedimentos, conforme o gênero do produto ou do serviço.
- (E) garantem às agências uma remuneração maior quando é utilizada a propaganda de utilidade pública (PUP).

### QUESTÃO 30

Assinale a alternativa que apresenta conceito correto de opinião pública.

- (A) Conjunto de opiniões que serve para direcionar o lançamento de um produto e(ou) serviço em um determinado mercado. É útil como um bom *termômetro*, desde que bem interpretado.
- (B) Agregado de opiniões predominantes de uma comunidade. Implica, necessariamente, o conhecimento do assunto sobre o qual se opina, para redução dos riscos de interpretação.
- (C) Agregado de opiniões de uma sociedade. Pode ser quantitativo ou qualitativo, conforme o interesse em mapeamento e aprofundamento das preferências do consumidor.
- (D) Agregado de opiniões predominantes de uma comunidade. Juízo de valor (subjetivo) que advém de uma situação objetiva (um fato concreto) e manifesta-se objetivamente. Não implica o conhecimento do assunto sobre o qual se opina.
- (E) Conjunto de opiniões que inferem fatores psicológicos, sociológicos e históricos de uma comunidade. Costuma elencar, para criação de campanhas publicitárias, informações profundas acerca dos hábitos de consumo de mídia da comunidade.

### QUESTÃO 31

Assinale a alternativa que apresenta características peculiares dos serviços em viagens e turismo.

- (A) tangibilidade, sazonalidade, altos custos fixos das operações e interdependência dos produtos de turismo
- (B) inseparabilidade, sazonalidade e altos custos fixos das operações de serviço
- (C) perecibilidade, sazonalidade e interdependência dos produtos de turismo
- (D) sazonalidade e outras variações no padrão da demanda, altos custos fixos das operações, aliados à capacidade fixa em qualquer período de tempo e interdependência dos produtos de turismo
- (E) perecibilidade, sazonalidade e altos custos fixos das operações de serviços

### QUESTÃO 32

Assinale a alternativa que está em **desacordo** com o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

- (A) A publicidade governamental, bem como a de empresas subsidiárias, autarquias, empresas públicas, departamentos, entidades paraestatais, sociedades de economia mista e agentes oficiais da União, dos estados, dos territórios, dos municípios e do Distrito Federal, salvo proibição legal, não se conformam ao Código, que regulamenta a iniciativa privada.
- (B) A publicidade de causas, instituições sociais, fundações ou de quaisquer outras atividades ou entidades sem fins lucrativos será regida pelo Código em tudo que lhe couber.
- (C) A propaganda política não é capitulada no Código, pois as normas não se destinam a ela, salvo quando promovida ostensivamente e sob direta responsabilidade de partido político devidamente reconhecido.
- (D) Embora concebido essencialmente como instrumento de autodisciplina da atividade publicitária, o Código é também destinado ao uso das autoridades e dos tribunais como documentos de referência e fonte subsidiária no contexto da legislação da propaganda e de outras leis, decretos, portarias, normas ou instruções que direta ou indiretamente afetem ou sejam afetados pelo anúncio.
- (E) Os padrões éticos de conduta estabelecidos no Código devem ser respeitados por quantos estiverem envolvidos na atividade publicitária, sejam anunciantes, agências de publicidade, veículos de divulgação, sejam publicitários, jornalistas e outros profissionais de comunicação participantes do processo publicitário.

### QUESTÃO 33

A respeito de pesquisa de *marketing*, assinale a alternativa correta.

- (A) Entre as vantagens da utilização de dados primários sobre dados secundários, estão o baixo custo, muitas perspectivas e variedade de dados, além do uso de fontes com alta credibilidade com dados confiáveis.
- (B) De acordo com o método de levantamento por entrevistas (pesquisas quantitativas ou *survey*) e questionário, essa pesquisa é executada na seguinte sequência: definição do problema e dos objetivos de pesquisa; planejamento do projeto de pesquisa; análise das informações e apresentação dos resultados.
- (C) Pesquisa exploratória é a que procura gerar hipóteses ou explicações prováveis e identificar áreas para um estudo mais aprofundado. O experimento é o método de pesquisa mais indicado para essa modalidade.
- (D) Pesquisa descritiva é aquela na qual os problemas a serem investigados estão bem definidos e, em geral, procura-se obter resultados quantitativos a respeito dos aspectos do comportamento humano ou do perfil dos consumidores.
- (E) Discussão em grupo (*focus group*) é o método de pesquisa qualitativa que reúne um grupo de pessoas de certo segmento de mercado com o propósito de relatar suas necessidades, seus hábitos de compra e suas atitudes em relação a temas de interesse. Difere do painel de clientes por este se realizar apenas uma vez, enquanto o *focus group* ocorre em mais de um encontro com o mesmo grupo.

### QUESTÃO 34

Assinale a alternativa que apresenta o conceito relacionado às ações de *marketing* direcionadas para a criação de imagem favorável e de preferência para uma determinada organização ou empresa.

- (A) relações públicas
- (B) comunicação institucional
- (C) *marketing* institucional
- (D) *marketing* direto
- (E) *marketing* social

### QUESTÃO 35

O Brasil foi classificado na 41.<sup>a</sup> posição do *ranking* de 2010 de principais destinos turísticos do mundo, elaborado pela empresa de consultoria internacional FutureBrand, em parceria com a rede BBC World News. A lista em questão é elaborada anualmente há seis anos e baseia-se em análises de preferências, necessidades e avaliações pessoais de turistas dos cinco continentes que viajam a negócios ou a lazer.

Brasil é o 41.<sup>o</sup> maior destino turístico do mundo. In: EXAME. Internet: <<http://exame.abril.com.br>> (com adaptações). Acesso em 25/11/2010.

Com base nessa realidade, e considerando a necessidade de o anunciante EMBRATUR promover o Brasil como destino turístico, é aconselhável aos gestores de comunicação desenvolver um planejamento de campanha coerente com os objetivos de comunicação que contemple as seguintes estratégias:

- (A) defesa, posicionamento e informação.
- (B) defesa, posicionamento e testemunhal.
- (C) informação, posicionamento e testemunhal.
- (D) informação, posicionamento e comparação.
- (E) informação, defesa, comparação.

### QUESTÃO 36

Segundo o Anuário estatístico da EMBRATUR (2009), entraram no Distrito Federal 29.485 turistas por via aérea. Segundo a nacionalidade, o volume de egressos mais representativo veio da Argentina (8.190 visitantes), seguido dos que chegaram de Portugal (5.597), da Itália (3.591), da Espanha (1.672) e da Alemanha (1.387). Comparando o contingente dos três maiores emissores de turistas para o DF com os demais visitantes, percebe-se que os gestores do turismo local, em vez de promoverem o destino de forma massiva, podem dividir mercados em grupos de consumidores potenciais, com necessidades e(ou) características semelhantes, pois provavelmente exibirão comportamentos de compra semelhantes.

Sérgio Roberto Dias. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva (com adaptações).

A estratégia mencionada nesse texto refere-se a

- (A) orientação para o mercado.
- (B) *marketing* internacional.
- (C) matriz BCG.
- (D) cadeia de valores.
- (E) segmentação de mercado.

### QUESTÃO 37



A figura acima representa a Marca Brasil, uma marca de difusão e promoção do Brasil como destino turístico no mercado internacional. Segundo o Manual da Marca Brasil, a proposta de criação da marca foi construída com base nos seguintes pontos:

- (A) Calor humano; Sinuosidade / curva (da natureza, do caráter do povo); Luminosidade / brilho / exuberância; Híbrido / encontro de culturas / raças; Moderno / competente.
- (B) Alegria; Sinuosidade / curva (da natureza, do caráter do povo); Luminosidade / brilho / exuberância; Híbrido / encontro de culturas / raças; Moderno / competente.
- (C) Alegria; Sinuosidade / curva (da natureza, do caráter do povo); Luminosidade / brilho / exuberância; Híbrido / encontro de culturas / raças; Agilidade / eficiência.
- (D) Calor humano; Sinuosidade / curva (da natureza, do caráter do povo); Luminosidade / brilho / exuberância; Híbrido / encontro de culturas / raças; Agilidade / eficiência.
- (E) Alegria; Sinuosidade / curva (da natureza, do caráter do povo); Luminosidade / brilho / exuberância; Sincetismo / encontro de crenças; Moderno / competente.

### QUESTÃO 38

De acordo com a Demanda Turística Internacional, estudo da Fipe/ EMBRATUR, 27,6% dos turistas estrangeiros que vieram ao Brasil em 2008 utilizaram a Internet como principal fonte de informação para a viagem. Além de um inovador canal no YouTube, a EMBRATUR utiliza outras estratégias de comunicação digital na promoção do Brasil como destino turístico no exterior, como publicidade *on-line*, *links* patrocinados, relacionamento via *web* e ampla utilização de redes sociais como Facebook, Twitter, Hi5 e Flickr. A aposta da EMBRATUR é que, com a realização da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016 e o crescente interesse pelo país, as mídias digitais ocupem um papel estratégico na disseminação de informações para o turista que visitará o Brasil antes, durante e depois dos eventos esportivos.

**EMBRATUR e Google lançam ferramenta inédita para promoção do turismo no Brasil através do YouTube.** Internet: <[www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)> (com adaptações).

A respeito das redes sociais, é correto afirmar que

- (A) o Orkut foi criado em 2004, posteriormente ao Facebook, e já conta com mais de cinquenta milhões de usuários brasileiros.
- (B) a rede Sonico foi criada por argentinos e, nela, os participantes podem ter dois perfis, um pessoal e outro profissional, e o acesso às informações por desconhecidos é um pouco mais restrito do que o do Orkut.
- (C) o Facebook é a rede social mais acessada no mundo e no Brasil, além de estar hoje entre as marcas mais valiosas do mundo.
- (D) LinkedIn é uma rede social para contatos profissionais; embora tenha sido fundado há menos de cinco anos, é uma das redes sociais que mais cresce no mundo.
- (E) o Twitter é uma rede social que permite que sejam escritas mensagens de até duzentos caracteres e enviadas a pessoas em qualquer rede social.

### QUESTÃO 39

O relacionamento com órgãos e representantes da imprensa, que são formadores de opinião, visando criar atitude favorável em relação à marca do produto e à empresa, é realizado por intermédio de

- (A) *media training*.
- (B) assessoria de imprensa.
- (C) relações públicas.
- (D) *marketing* de relacionamento.
- (E) programa de fidelização.

### QUESTÃO 40

Acerca da comunicação dirigida, assinale a alternativa correta.

- (A) A comunicação dirigida é aquela que procura difundir externamente mensagens restritas à construção da imagem institucional da organização.
- (B) Festas de confraternização, anúncios por televisão e constituição de *ombudsman* são exemplos de ações de comunicação dirigida.
- (C) A comunicação dirigida divulga mensagens específicas, mas voltadas para um público heterogêneo, visando melhor segmentá-lo.
- (D) As comunicações dirigidas buscam o estabelecimento da comunicação limitada, orientada e frequente com um selecionado número de pessoas homogêneas e conhecidas.
- (E) As comunicações dirigidas são construídas a partir das expectativas do público consumidor e podem ser de cinco tipos: escritas, orais, interativas, aproximativas e auxiliares.

### QUESTÃO 41

Considere que a EMBRATUR produzirá uma coleção de cartazes para divulgar, no exterior, as festas folclóricas brasileiras, ressaltando traços da identidade cultural brasileira. Cada um dos cartazes destacará uma das festas, com uma fotografia em cores e dizeres complementares que a contextualizem. Assinale a alternativa que apresenta especificações corretas para esses cartazes, do ponto de vista da produção gráfica, e mais adequadas aos prováveis conteúdos.

- (A) cartaz formato A2, impresso em 4/0 cores, com aplicação de verniz à base d'água, papel couché 150 g/m<sup>2</sup>, revestido em apenas uma das faces
- (B) cartaz formato A2, impresso em 4/4 cores especiais, com aplicação de verniz, papel monolúcido 120 g/m<sup>2</sup>, revestido em duas faces
- (C) cartaz formato A1, impresso em 4/0 cores, com aplicação de verniz localizado, papel couché 200 g/m<sup>2</sup>, revestido em ambas as faces
- (D) cartaz formato A2, impresso em 4/0 cores especiais, com verniz localizado, papel offset 150 g/m<sup>2</sup>, revestido em apenas uma das faces
- (E) cartaz formato AA, impresso em 4/2 cores, com aplicação de verniz à base d'água, papel Bond 150 g/m<sup>2</sup>, revestido em ambas as faces

#### QUESTÃO 42

Em relação ao planejamento de comunicação entre uma determinada organização e seus públicos, é correto afirmar que *stakeholders* são

- (A) estratégias de comunicação dirigidas aos consumidores ou usuários de seus produtos e serviços.
- (B) públicos não ligados à organização, mas aos quais devem ser dirigidos esforços de publicidade visando à adesão deles aos objetivos da organização.
- (C) indivíduos formadores de opinião que interferem diretamente nas decisões estratégicas da organização.
- (D) dados que descrevem o perfil dos públicos interessados ou envolvidos nas ações e produtos da organização.
- (E) segmentos que mantêm relações diretas ou indiretas com ações da organização.

#### QUESTÃO 43

Um anúncio em mídias eletrônicas, tais como *banners* e *links* patrocinados em sítios de Internet, possui algumas características técnicas que devem ser consideradas para se decidir pelo seu uso como peças de campanhas publicitárias. Acerca do uso dos *banners* e *links* patrocinados como anúncios, assinale a alternativa correta.

- (A) Anúncios tipo *banners* têm como finalidades a comunicação institucional de marca e a promoção de produtos e serviços.
- (B) *Banners* são apropriados para inserção em grandes portais de Internet porque estes possuem público segmentado.
- (C) *Links* patrocinados são inadequados para veiculação em sítios de busca devido à sua forma de exposição e ao baixo retorno.
- (D) As possibilidades de segmentação pelo uso de *links* patrocinados são menores que aquelas em que se utilizam *banners*.
- (E) Em termos de relação custo-benefício, *links* patrocinados possuem melhor retorno que *banners*.

#### QUESTÃO 44

Para o enquadramento como prestador de serviço turístico, a Lei n.º 11.771/2008 instituiu o cadastro junto ao Ministério do Turismo como requisito essencial. Acerca do referido cadastro, assinale a alternativa correta.

- (A) O cadastro é obrigatório tanto para os estabelecimentos que funcionam como matrizes quanto para aqueles que funcionam como filiais, ainda que esses últimos, no caso de estande de serviços de agência de turismo, sejam alocados em espaço que abrigue eventos de caráter temporário e seu funcionamento esteja restrito à referida duração.
- (B) Somente poderá realizar turismo quem esteja devidamente cadastrado junto ao Ministério do Turismo.
- (C) O cadastro fornecido pelo Ministério do Turismo tem validade de dois anos a partir da emissão do certificado.
- (D) Os transportadores terrestres, ferroviários, marítimos e aéreos submetem-se à obrigatoriedade de prévio cadastro, conforme disposições da referida lei, a ser obtido junto ao Ministério do Turismo.
- (E) A mera intermediação de serviços turísticos entre terceiros prescinde de prévio cadastro junto ao Ministério do Turismo; o cadastro, no entanto, é exigido quando os serviços forem prestados.

#### QUESTÃO 45

O Plano Aquarela 2020, ao dispor sobre o *marketing* do turismo internacional do Brasil, tem como foco traçar as metas e os objetivos a fim de preparar o Brasil para os grandes eventos que aqui serão sediados: a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. Acerca da sistematização do Plano Aquarela 2020, assinale a alternativa correta.

- (A) É objeto do Plano Aquarela 2020 a atuação mais ofensiva da promoção do turismo, em face da realização dos Jogos Mundiais Militares em 2011, que também ocorrerão no Rio de Janeiro, e esse pode ser considerado o primeiro teste para a cidade que realizará as Olimpíadas em 2016.
- (B) Os turistas internacionais no Brasil têm como seu principal meio de transporte o marítimo, seguido do aéreo, do terrestre e do ferroviário, sucessivamente.
- (C) Como ponto mais significativo da realização dos eventos, é projetado o aumento do turismo na cidade do Rio de Janeiro, com a divulgação da **Cidade Maravilhosa** e a atração de divisas para o país, as quais poderão ser investidas pelo governo federal, após a realização dos eventos, nas mais diversas localidades brasileiras.
- (D) Os passos fundamentais para que o Plano Aquarela 2020 fosse produzido foram, nesta ordem, o planejamento da estratégia, o diagnóstico e, finalmente, o plano operacional.
- (E) O Plano Aquarela 2020 compatibiliza-se com as grandes metas nacionais e somente poderá ser revisado por ocasião da elaboração dos planos plurianuais, em periodicidade quadrienal.

#### QUESTÃO 46

O positivismo jurídico, no decorrer dos anos, foi o grande esteio formador da interpretação normativa. Todavia, nele, várias contradições e abusos puderam ser justificados, sob a "letra fria da lei". Desse cenário, então, sobressaiu a importância da condução principiológica das normas. Isso possibilitou a ponderação das situações e a condução a uma efetiva resolução dos conflitos, com base nos direitos fundamentais. Acerca da moralidade administrativa, informadora da ética na administração pública, assinale a alternativa correta.

- (A) A moralidade constitui-se em um princípio autônomo, sem especificidade com a licitude da conduta dos agentes públicos.
- (B) Os institutos caracterizadores da moralidade, por serem universais, são comuns tanto à moralidade administrativa quanto à moral comum.
- (C) A moralidade é corretamente entendida como a gestão dos interesses públicos; já a eficiência vai além, uma vez que se preocupa com a boa administração.
- (D) O entendimento da moralidade administrativa como derivada da legitimidade política e da finalidade pública é correto.
- (E) A moralidade deve permear a conduta de qualquer administrador, sem distinção de densidade, quanto à posição institucional por ele ocupada, quer nos negócios privados, quer na gestão da coisa pública.

#### QUESTÃO 47

O Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal informa que a conduta dos agentes públicos deve ser pautada pelas “regras deontológicas”. Acerca desse tema, assinale a alternativa correta.

- (A) A legalidade deve ser o princípio ainda predominantemente utilizado como baliza de julgamento para a prática dos atos administrativos.
- (B) A conduta de um servidor público em sua vida privada somente a ele diz respeito e não afeta seu conceito funcional, em face da falta de conexão entre as referidas esferas.
- (C) O Código de Ética do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal reconhece expressamente a ocorrência de grave dano moral aos usuários de serviços públicos nos casos de demora na prestação desses serviços.
- (D) A ausência ao trabalho de um servidor invariavelmente provoca a desmoralização da imagem do serviço público, em face da desordem nas relações humanas a que são submetidos os administrados.
- (E) A publicidade de todos os atos administrativos constitui requisito de eficácia e moralidade deles.

#### QUESTÃO 48

A Política Nacional de Turismo, instituída pela Lei n.º 11.771/2008, apresenta definições acerca de alguns institutos jurídicos. Assinale a alternativa **incorreta** com relação aos conceitos postos na referida norma jurídica.

- (A) A Lei n.º 11.771/2008 trata expressamente sobre a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação dos prestadores de serviços turísticos, remetendo à fiscalização das normas gerais do poder de polícia da administração pública, cuja titularidade é dos estados-membros, por intermédio de suas secretarias competentes para autorização de funcionamento.
- (B) Somente pode ser considerada turística uma viagem que gere movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas.
- (C) Entre as funções afetas ao Ministério do Turismo, encontram-se as de fomento, regulamentação e divulgação institucional do turismo tanto nacional quanto internacionalmente.
- (D) A distribuição de renda é um dos objetivos a que deve servir o turismo, devendo o governo envidar esforços nesse sentido.
- (E) Um executivo de negócios, em viagem a serviço, com estadas em lugares diferentes de seu entorno habitual, desde que com duração inferior a 1 ano, pode ser considerado turista.

#### QUESTÃO 49

O Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014 é referência para o debate e a formulação das políticas públicas no setor do turismo brasileiro bem como para a orientação aos investimentos, públicos e privados, na área. Nele, entre várias análises privilegiadas, destacam-se os números da receita cambial, em bilhões de dólares, decorrente do turismo, bem como o saldo do fluxo proveniente do que entra de divisas e do que é gasto por brasileiros no exterior. Em relação ao período 2002-2009, assinale a alternativa correta no que diz respeito a esses indicadores.

- (A) Houve estabilização da receita cambial, ao menos desde 2004, em face da crescente valorização do real em relação ao dólar.
- (B) No período indicado, o crescimento da receita cambial brasileira em turismo acompanhou a elevação do índice em termos mundiais.
- (C) Em 2008, foi registrado o ponto máximo histórico em receitas cambiais turísticas, e esperou-se, para 2009, a superação desses números.
- (D) No período em exame, vem sendo registrado *superavit* crescente, com reversão somente a partir de 2008.
- (E) Em 2009, o *deficit* apresentou números próximos do próprio volume das receitas.

#### QUESTÃO 50

Como importante fator de fomento ao setor de turismo, vem sendo destacada a atuação do Ministério do Turismo (MTur). Acerca da análise desses investimentos públicos, assinale a alternativa correta, considerando os anos de 2003 a 2009, conforme dados constantes do Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014.

- (A) O orçamento autorizado do MTur vem apresentando crescimento desde o ano de 2007, em face de, a partir desse ano, a EMBRATUR ter criado condições para adquirir dados para o monitoramento periódico das tendências turísticas e dos mercados emissores internacionais, sobretudo no âmbito do comportamento e dos interesses do turista potencial.
- (B) O governo federal, especialmente no período de 2007 a 2009, vem trabalhando em colaboração com os governos estaduais e municipais, com destaque do Programa de Desenvolvimento do Turismo Nacional.
- (C) Percebe-se claramente que um dos mais sérios problemas dos investimentos federais na área do turismo é a baixa execução orçamentária que o MTur tem conseguido efetuar em relação aos créditos autorizados.
- (D) De 2004 a 2009, os gastos em promoção do turismo foram voltados, predominantemente, para o mercado interno, com o objetivo de reverter a saída de turistas brasileiros para o exterior.
- (E) Somente em 2009, verifica-se um esforço administrativo do MTur no sentido de aumento da execução orçamentária em relação aos créditos disponíveis.

### ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DO TEXTO

Para a elaboração do **texto**, atente para as seguintes orientações:

- O texto tem o objetivo de avaliar a capacidade de expressão na modalidade escrita e o uso das normas do registro formal culto da língua portuguesa. O candidato deverá produzir, a partir do tema proposto, um texto, com extensão máxima de 30 (trinta) linhas, primando pela clareza, precisão, consistência, concisão e aderência às normas do registro formal.
- O texto deverá ser manuscrito, em letra legível, com caneta esferográfica de tinta preta ou azul, fabricada com material transparente.
- A **folha de texto definitivo** não poderá ser assinada, rubricada nem conter qualquer palavra ou marca que identifique o candidato, sob pena de anulação do texto. Assim, a detecção de qualquer marca identificadora no espaço destinado à transcrição de texto definitivo acarretará a anulação do texto.
- A **folha de texto definitivo** será o único documento válido para avaliação da prova discursiva. A folha para rascunho neste caderno é de preenchimento facultativo e não servirá para avaliação.

### TEMA

Brasília – O novo ministro do Turismo, Pedro Novais, na cerimônia de posse, prometeu esforço concentrado de 120 dias para preparar e aprovar o Plano Nacional de Turismo 2011-2014. Novais também falou acerca da situação do transporte aéreo no país. O ministro disse ainda que vai atuar para conseguir mais recursos para o Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo no Banco Interamericano de Desenvolvimento e na Corporação Andina de Fomento. Ele pretende também promover programas de qualificação da mão de obra do turismo e ações para ampliar o turismo interno e aumentar o número de turistas estrangeiros no país. Outra promessa foi a de agilizar a máquina administrativa do Ministério do Turismo no esforço concentrado dos próximos meses: “Vamos identificar as áreas críticas pelas quais escoam recursos públicos”.

Internet: <<http://jb.com.br>> (com adaptações). Acesso em 10/1/2011.

Considerando que o texto acima tem caráter unicamente motivador e desconsiderando questões político-partidárias, redija **um texto dissertativo** acerca do tema **Turismo no Brasil: realidade atual, planos e desafios** que aborde, necessariamente, os seguintes tópicos:

- (a) situação atual do turismo no Brasil;
- (b) planos para o futuro do turismo interno e para a atração de turistas estrangeiros; e
- (c) desafios a serem enfrentados pelo Brasil no campo do turismo.

1	
5	
10	
15	
20	
25	
30	

RASCUNHO