



Analista Legislativo – Nível Superior

RELAÇÕES PÚBLICAS

Tipo 1 – BRANCA



SUA PROVA

Além deste caderno de prova, contendo **sessenta** questões objetivas e duas questões discursivas, você receberá do fiscal de sala:

- uma folha destinada às respostas das questões objetivas;
- as folhas de textos definitivos das questões discursivas.



TEMPO

- **5 horas** é o tempo disponível para a realização da prova, já incluído o tempo para a marcação da folha de respostas da prova objetiva e a transcrição dos textos definitivos;
- **1 hora e 30 minutos** após o início da prova é possível retirar-se da sala, sem levar o caderno de provas;
- **1 hora** antes do término do período de prova é possível retirar-se da sala levando o caderno de provas.



NÃO SERÁ PERMITIDO

- Qualquer tipo de comunicação entre os candidatos durante a aplicação da prova;
- Levantar da cadeira sem autorização do fiscal de sala;
- Usar o sanitário ao término da prova, após deixar a sala.

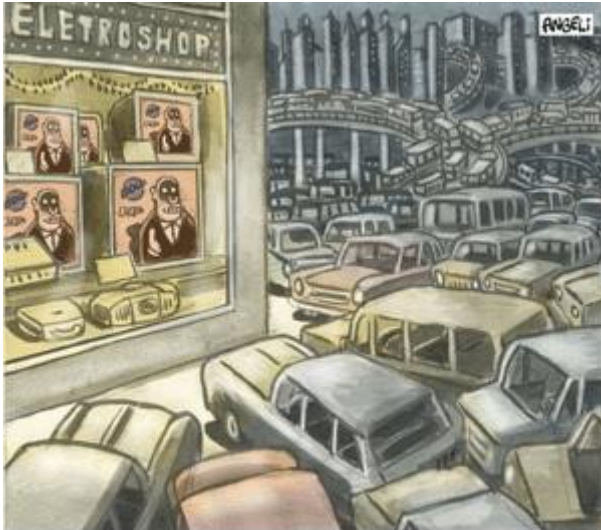


INFORMAÇÕES GERAIS

- As questões discursivas virão ao final da prova objetiva.
- Verifique se seu caderno está completo, sem repetição de questões ou falhas. Caso contrário, notifique imediatamente o fiscal da sala, para que sejam tomadas as devidas providências;
- Confira seus dados pessoais, especialmente nome, número de inscrição e documento de identidade e leia atentamente as instruções para preencher a folha de respostas e as folhas de textos definitivos;
- Use somente caneta esferográfica, em material transparente, com tinta preta ou azul;
- Assine seu nome apenas nos espaços reservados;
- Marque na folha de respostas o campo relativo à confirmação do tipo/cor de prova, conforme o caderno recebido;
- O preenchimento das respostas da prova objetiva e da prova discursiva é de sua responsabilidade e não será permitida a troca da folha de respostas e textos definitivos em caso de erro;
- Reserve tempo suficiente para o preenchimento de suas respostas. Para fins de avaliação, serão levadas em consideração apenas as marcações realizadas na folha de respostas da prova objetiva e nas folhas de textos definitivos da prova discursiva, não sendo permitido anotar informações relativas às respostas em qualquer outro meio que não seja o caderno de provas;
- A FGV coletará as impressões digitais dos candidatos na folha de respostas;
- Os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais quando do ingresso e da saída de sanitários durante a realização das provas.

Língua Portuguesa

Analise a charge a seguir e responda às questões 1 e 2.



“Se eleito, transformarei nossa cidade num sistema viário que todo automóvel terá orgulho de trafegar!”

(Angeli)

1

O período colocado abaixo da charge representa

- (A) uma promessa de campanha de um político demagogo, já que a realidade apresentada mostra-se como um problema de impossível solução.
- (B) parte de um discurso de um candidato a cargo público já eleito, pois as palavras denunciam uma promessa não cumprida.
- (C) repetição, por parte de motoristas insatisfeitos, de promessas de campanhas políticas anteriores.
- (D) destaque de uma promessa de campanha política magnificamente bem colocada, já que o problema referido está visível.
- (E) uma crítica aos marqueteiros políticos, que obrigam os candidatos a fazerem promessas de difícil cumprimento.

2

Nesse mesmo período, assinale a opção que indica o **erro** que contraria a norma culta da Língua Portuguesa.

- (A) a ausência de um verbo de ligação no termo “Se eleito”.
- (B) o emprego de uma forma simples de futuro – *transformarei* – em lugar de uma perífrase, de caráter mais coloquial: “*vou transformar*”.
- (C) o uso inadequado do verbo “*transformar*”, numa frase em que o sentido exigiria outro verbo.
- (D) a ausência da preposição “*em*” antes do pronome relativo “*que*”, exigida pelo verbo “*trafegar*”.
- (E) a má utilização da expressão “*terá orgulho*” em relação aos automóveis, quando deveria ligar-se aos motoristas.

Leia o texto a seguir e responda às questões 3 e 4.

Problemas das grandes cidades

A urbanização se intensificou com a expansão das atividades industriais, fato que atraiu (e ainda atrai) milhões de pessoas para as cidades. Esse fenômeno provocou mudanças drásticas na natureza, desencadeando diversos problemas ambientais, como poluições, desmatamento, redução da biodiversidade, mudanças climáticas, produção de lixo e de esgoto, entre outros.

(Mundo Educação)

3

“A urbanização se intensificou com a expansão das atividades industriais”. Com esse primeiro segmento do texto, o leitor recebe a informação de que

- (A) a urbanização provocou a expansão das atividades industriais.
- (B) as atividades industriais causaram um aumento da urbanização.
- (C) a urbanização e as atividades industriais sofrem com os problemas ambientais.
- (D) a atração de milhões de pessoas para as cidades provocou a urbanização.
- (E) as atividades industriais, não a urbanização, causaram problemas ambientais.

4

“...fato que atraiu (e ainda atrai) milhões de pessoas para as cidades”.

As palavras entre parênteses mostram

- (A) uma ampliação da informação dada.
- (B) uma retificação de um erro.
- (C) uma intensificação de um fenômeno.
- (D) uma ironia sobre o fato citado.
- (E) uma confirmação de algo já dito.

5

Por razões históricas, alguns pronomes de segunda pessoa (a pessoa com quem se fala) levam as formas verbais para a terceira pessoa: “— *Você sabe com quem está falando?*”

Esse desencontro faz com que os usuários de Língua Portuguesa misturem constantemente formas de segunda e terceira pessoas, como acontece na seguinte frase:

- (A) “*Se você deseja atendimento rápido, ligue para nossa central.*”
- (B) “*Clica aqui para receberes nossas ofertas!*”
- (C) “*Participe de nossas viagens e traga teus amigos!*”
- (D) “*Vossa Excelência e seus eleitores serão bem-vindos à festa!*”
- (E) “*Venha e compre seu mais novo carro!*”

6

Assinale a opção que indica a frase em que **não** ocorre a possibilidade de duplo entendimento.

- (A) José e Raquel casaram-se.
- (B) No domingo, Vasco e Flamengo enfrentam-se.
- (C) O lobo e o cordeiro enganaram-se.
- (D) João e Maria se despediram.
- (E) Nas férias, marido e mulher irritaram-se.

7

A frase “Pedro e Isabel iludiram-se” cria dúvidas de compreensão: Pedro e Isabel enganaram-se reciprocamente ou reflexivamente? O modo de reescrever-se essa frase que mantém sua ambiguidade é

- (A) “Pedro e Isabel iludiram-se a si mesmos.”
 (B) “Pedro e Isabel iludiram-se entre si.”
 (C) “Pedro e Isabel podiam iludir-se um ao outro.”
 (D) “Pedro e Isabel decidiram iludir-se.”
 (E) “Pedro e Isabel mutuamente se iludiram.”

8

Em relação ao emprego tradicional dos pronomes pessoais, assinale a opção que indica a frase que está totalmente correta.

- (A) Essas roupas estão aí para mim levar para casa.
 (B) Entre mim e minha namorada não há problemas.
 (C) Observei eles da janela de meu quarto.
 (D) Todos saíram com nós depois de meia hora.
 (E) Ao mar, foi-lhe jogado o corpo do marinheiro.

9

Assinale a opção que indica a frase em que o emprego da forma “mim” **contraria** a norma culta da língua.

- (A) Para mim, assistir às aulas é questão de princípio.
 (B) Tudo foi feito em segredo, entre mim e a empresa.
 (C) A mim, ninguém me engana.
 (D) Tinham receio de mim, após a festa, nunca mais voltar.
 (E) Desmaiei e demorei a voltar a mim.

10

Assinale a opção que indica a frase em que houve a troca **indevida** de onde por aonde.

- (A) “O bom não é bom onde o ótimo é esperado.” (Thomas Fuller)
 (B) “Não olhe onde você caiu, mas onde você escorregou.” (Provérbio)
 (C) “Felicidade é um lugar onde você pode pousar, mas não pode fazer seu ninho.” (Diane de Beausacq)
 (D) “Não importa onde você vá, você estará lá.” (Saul Gorn)
 (E) “Outono é uma segunda primavera onde cada folha é uma flor.” (Albert Camus)

11

Assinale a opção em que a preposição **para** mostra valor semântico **diferente** dos demais.

- (A) “Você tem que parar **para** mudar de direção.” (Erich Fromm)
 (B) “Cada saída é a entrada **para** algum outro lugar.” (Tom Stoppard)
 (C) “O sol nasce **para** todos serem felizes, mas a maioria prefere dormir um pouco mais.” (E. T. Wanke)
 (D) “Se o que você está fazendo for engraçado, não há necessidade de ser engraçado **para** fazê-lo.” (Charles Chaplin)
 (E) “Se não podemos encerrar nossas diferenças, pelo menos podemos ajudar a tornar o mundo seguro **para** assegurar a diversidade.” (John Kennedy)

A charge a seguir refere-se às questões 12, 13, 14 e 15.



12

O humor da charge se estrutura com base em

- (A) uma metáfora.
 (B) uma metonímia.
 (C) um pleonasma.
 (D) uma silepse.
 (E) uma catacrese.

13

Assinale a opção que indica a forma de reescrever-se a frase dita pelo repórter que **altera** o seu significado original.

- (A) Vocês podem ver como a terceirização continua sendo debatida no Congresso.
 (B) A terceirização, como vocês podem ver, continua sendo debatida no Congresso.
 (C) A terceirização continua sendo debatida no Congresso, como vocês podem ver.
 (D) Como vocês podem ver, continua sendo debatida no Congresso a terceirização.
 (E) Como podem ver vocês, no Congresso continua sendo debatida a terceirização.

14

Infere-se da charge que

- (A) a terceirização é um tema polêmico.
 (B) as discussões no Congresso são muito acaloradas.
 (C) a opinião pública se interessa por temas políticos.
 (D) os repórteres de TV modificam os fatos.
 (E) a capital fica muito afastada dos estados brasileiros.

15

A frase do repórter mostra uma forma verbal – *continua sendo debatida* – que está expressa na voz passiva.

A sua forma de voz ativa correspondente é:

- (A) continua debatendo-se.
 (B) continua a debater-se.
 (C) continuam debatendo.
 (D) continua debatida.
 (E) continuam a debaterem-se.

Raciocínio Lógico-Matemático

16

Uma máquina consegue envelopar toda a correspondência enviada aos clientes de certa empresa em 5 horas e 20 minutos, trabalhando ininterruptamente. Essa máquina foi substituída por uma nova, que faz o mesmo trabalho na metade do tempo.

Se essa máquina nova for ligada ao meio dia e meia ela terá terminado seu trabalho às

- (A) 14h e 40min.
- (B) 14h e 50min.
- (C) 15h.
- (D) 15h e 10min.
- (E) 15h e 20min.

17

Cinco pessoas, representadas por A, B, C, D e E, sentam-se em volta de uma mesa circular.

Sabe-se que:

- B não é vizinho de A.
- D é o vizinho à esquerda de C.
- B e C não são vizinhos.

Assim, é correto concluir que

- (A) os vizinhos de A são C e E.
- (B) os vizinhos de E são B e D.
- (C) os vizinhos de B são C e D.
- (D) os vizinhos de C são A e B.
- (E) os vizinhos de D são A e C.

18

Antônio e Rogério são irmãos. Certo dia, Rogério tinha apenas R\$ 20,00 e, então, Antônio deu a ele a metade da quantia que tinha no momento. Agora, com mais dinheiro, Rogério deu a Antônio a metade da quantia que tinha naquele momento, ficando, então, com R\$ 26,00.

A quantia que Antônio tinha inicialmente era de

- (A) R\$ 48,00.
- (B) R\$ 52,00.
- (C) R\$ 56,00.
- (D) R\$ 60,00.
- (E) R\$ 64,00.

19

Considere verdadeira a frase: “Quem tem amigo é feliz e quem chora não é feliz”.

Assim, é correto concluir que

- (A) quem não chora tem amigo.
- (B) quem tem amigo não chora.
- (C) quem não chora é feliz.
- (D) quem é feliz tem amigo.
- (E) quem não tem amigo chora.

20

Cinco pessoas, chamadas Ali, Ben, Clô, Dil e Ela, estão em uma fila. São dadas as seguintes informações:

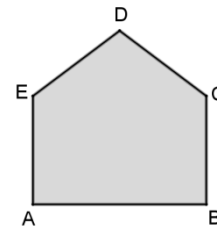
- Ben tem como vizinhos Ela e Dil.
- Ali não é o primeiro e Dil não é o último.
- Clô está separada de Dil por duas pessoas.
- Existe uma única pessoa entre Ben e Ali.

Assim, é correto afirmar que

- (A) Ben é o segundo da fila.
- (B) Ela está entre Ben e Dil.
- (C) Dil está entre Ali e Ben.
- (D) Ali é o quarto da fila.
- (E) Clô está atrás de Ela.

21

Um terreno tem a forma do pentágono ABCDE, como o da figura a seguir, em que os ângulos em A e B são retos e a distância AB mede 24 m. Sabe-se que o perímetro do terreno é de 84 m e que os comprimentos dos lados BC, CD, DE, e EA são todos iguais.



A área desse terreno, em m^2 , é

- (A) 412.
- (B) 440.
- (C) 468.
- (D) 480.
- (E) 496.

22

João, quando chega à sua oficina de artesanato, leva meia hora para arrumar suas ferramentas e depois inicia imediatamente seu trabalho. Nesse trabalho, João produz 12 peças a cada 20 minutos. Certo dia, João chegou à oficina às 8 horas da manhã e trabalhou sem parar até sair da oficina, ao meio-dia.

O número de peças que João produziu nesse dia foi

- (A) 96.
- (B) 108.
- (C) 120.
- (D) 126.
- (E) 144.

23

No meio do ano de 2006, uma empresa resolveu guardar todas as correspondências de cada mês em uma caixa, e as caixas de correspondências foram numeradas: 1, 2, 3, ..., etc.

Na caixa 1 foram guardadas as correspondências de julho de 2006; na caixa 2, as correspondências de agosto de 2006; na caixa 3, as correspondências de setembro de 2006; e assim por diante.

As correspondências de abril de 2015 estão na caixa

- (A) 102.
- (B) 103.
- (C) 104.
- (D) 105.
- (E) 106.

24

Clara recebeu um aumento de 20% sobre o seu salário e passou a ganhar R\$ 1500,00 por mês.

O salário mensal de Clara antes do aumento era de

- (A) R\$ 1200,00.
- (B) R\$ 1250,00.
- (C) R\$ 1260,00.
- (D) R\$ 1280,00.
- (E) R\$ 1300,00.

25

Roberto, Sérgio e Tiago estão com bonés de cores diferentes: azul, vermelho e amarelo, não necessariamente nessa ordem.

Das afirmativas a seguir, somente uma é verdadeira.

- O boné de Roberto é azul.
- O boné de Sérgio não é azul.
- O boné de Tiago não é vermelho.

As cores dos bonés de Roberto, Sérgio e Tiago são, respectivamente,

- (A) vermelho, amarelo e azul.
- (B) vermelho, azul e amarelo.
- (C) amarelo, vermelho e azul.
- (D) amarelo, azul e vermelho.
- (E) azul, amarelo e vermelho.

Legislação Específica

26

Segundo o Regimento Interno da Câmara Municipal de Caruaru, sobre as razões para a cassação do mandato de um vereador, analise as afirmativas a seguir.

- I. Dar-se-á quando ele faltar com o decore parlamentar, na sua conduta privada, se apresentando eventualmente embriagado.
- II. Considera-se incompatível com o decore parlamentar a produção, a condução, o consumo ou o tráfico de substâncias entorpecentes e drogas ilícitas.
- III. Dar-se-á quando, por motivo irrelevante, ele entrar em luta corporal com um opositor, no recinto da Câmara.

Assinale:

- (A) se somente a afirmativa I estiver correta.
- (B) se somente a afirmativa II estiver correta.
- (C) se somente as afirmativas I e II estiverem corretas.
- (D) se somente as afirmativas I e III estiverem corretas.
- (E) se somente as afirmativas II e III estiverem corretas.

27

Assinale a opção que apresenta o quórum correto para a tomada de deliberação da Câmara de Vereadores de Caruaru.

- (A) A Câmara deliberará, por maioria absoluta, sobre a denominação de ruas e de logradouros públicos.
- (B) A Câmara deliberará, por maioria simples, sobre veto aposto pelo Prefeito Municipal.
- (C) A Câmara deliberará, por maioria absoluta, sobre as leis que envolvam matéria financeira de qualquer natureza, alienação de bens imóveis e concessão de direito de uso e de serviços públicos.
- (D) A Câmara deliberará, por maioria de dois terços de seus membros, sobre referendo a decisões do Tribunal de Contas de que resulte imputação de débito.
- (E) A Câmara deliberará, por maioria absoluta, sobre julgamento do Prefeito por infrações político-administrativas.

28

Segundo o Art. 35 da Lei Orgânica do Município de Caruaru, analise as afirmativas a seguir.

- I. Para a aprovação do Código Tributário do Município e do Código de Obras e Edificações, é exigido, no mínimo, o voto favorável da maioria de dois terços dos membros da Câmara.
- II. O Código de Posturas e o Código Sanitário são estabelecidos por Lei Complementar, sendo exigido, para sua aprovação, o voto favorável da maioria de dois terços, no mínimo, dos membros da Câmara.
- III. O Plano Diretor e a Lei de Diretrizes Orçamentárias exigem, para sua aprovação, o voto favorável da maioria simples dos membros da Câmara.

Assinale:

- (A) se somente a afirmativa I estiver correta.
- (B) se somente a afirmativa II estiver correta.
- (C) se somente as afirmativas I e II estiverem corretas.
- (D) se somente as afirmativas I e III estiverem corretas.
- (E) se somente as afirmativas II e III estiverem corretas.

29

No que diz respeito ao veto do Prefeito sobre projetos de lei, assinale a afirmativa correta.

- (A) No caso de o projeto ser julgado inconstitucional ou contrário ao interesse público, no todo ou em parte, o prefeito deverá vetá-lo integralmente no prazo de trinta dias úteis, contados da data do recebimento.
- (B) O veto será sempre justificado e, quando parcial, abrangerá o texto integral de artigo, de parágrafo, de inciso ou de alínea.
- (C) No caso de o veto do prefeito ser rejeitado, o projeto será enviado ao Presidente da Câmara de Vereadores, em dez dias úteis, para sua promulgação.
- (D) A manutenção do veto restaura matéria suprimida ou modificada pela Câmara.
- (E) Na apreciação do veto, a Câmara poderá corrigir o texto vetado, introduzindo modificações que atendam ao interesse público.

30

A fiscalização financeira, contábil e orçamentária do Município será exercida pela Câmara de Vereadores, com o auxílio do Tribunal de Contas do Estado, mediante controle externo e pelo sistema de controle interno do executivo.

Sobre o controle da Câmara de Vereadores, analise as afirmativas a seguir.

- I. Ela deve realizar a fiscalização de contas de empresa em cujo capital o Município participe de forma direta ou indireta, nos termos de convênio ou de acordo constitucional autorizado pela Câmara.
- II. Ela deve realizar o exame de demonstrativos contábeis e financeiros de aplicação de recursos das unidades administrativas sujeitas ao seu controle, determinando a regularização na forma legalmente estabelecida.
- III. Ela deve examinar e aprovar os auxílios concedidos pelo Município a entidades particulares sem fins lucrativos, de natureza assistencial.

Assinale:

- (A) se todas as afirmativas estiverem corretas.
- (B) se somente as afirmativas II e III estiverem corretas.
- (C) se somente as afirmativas I e III estiverem corretas.
- (D) se somente as afirmativas I e II estiverem corretas.
- (E) se somente a afirmativa II estiver correta.

Conhecimentos Específicos

31

Sobre o modelo de Shannon e Weaver, em que a problemática da comunicação é equacionada em três níveis: o técnico, o semântico e o pragmático, assinale a afirmativa correta.

- (A) Não há qualquer relação de interdependência entre os três níveis.
- (B) O nível técnico sendo resolvido, soluciona-se o conjunto, porque o modelo trata da transmissão de informações.
- (C) O nível semântico se sobrepõe aos demais, pois dele depende o *feedback* do receptor da mensagem.
- (D) A interação prevista no nível pragmático só pode ser medida a partir de estudos de *feedback*.
- (E) Os níveis semântico e pragmático determinarão as escolhas referentes às técnicas de comunicação para atingir as massas.

32

Segundo a tipologia de Lucien Matrat, assinale a opção que **não** indica uma categoria de público.

- (A) Público de decisão
- (B) Público de consulta
- (C) Público de pressão
- (D) Público de comportamento
- (E) Público de opinião

33

Assinale a opção que apresenta um princípio do processo de comunicação de massa.

- (A) O poder e a participação do público na construção das mensagens que serão transmitidas para a massa.
- (B) O fluxo multidirecional das mensagens, marcada pela participação ativa dos receptores.
- (C) A distribuição de conteúdos personalizados em pequena escala.
- (D) A mercantilização dos conteúdos destinados a uma audiência massificada.
- (E) A elaboração de mensagens *one to one* para um público visto de modo individualizado.

34

Segundo a teoria do Construcionismo Social, a mídia

- (A) não tem qualquer papel, pois a realidade é um dado fixo.
- (B) fornece materiais para a construção da realidade.
- (C) oferece interpretações que serão acriticamente incorporadas e reproduzidas socialmente.
- (D) apresenta uma descrição objetiva da realidade social.
- (E) reproduz todos os conteúdos produzidos pela sociedade.

35

Com relação às pesquisas de *marketing*, assinale a opção que indica um exemplo de pesquisa de identificação do problema e outro de solução do problema, respectivamente.

- (A) Pesquisa de segmentação e pesquisa de fixação de preço.
- (B) Pesquisa de potencial de mercado e pesquisa de tendências comerciais.
- (C) Pesquisa de propaganda e pesquisa de participação no mercado.
- (D) Pesquisa do produto e pesquisa de comunicação.
- (E) Pesquisa de imagem e pesquisa de distribuição.

36

Sobre o *marketing* de relacionamento e a fidelização dos clientes, analise as afirmativas a seguir.

- I. A oferta de *self benefits*, como brindes, cartões de aniversário, descontos personalizados e mensagens de boas-vindas são suficientes para encantar o cliente e fidelizá-lo como consumidor.
- II. Os programas de fidelização devem estar focados em oferecer o máximo de qualidade pelo menor preço de mercado, deixando em segundo plano o atendimento ao cliente e a veiculação de publicidade na mídia.
- III. Os programas de fidelização personalizados podem demandar grandes investimentos para expressar para o cliente algo especial, o que pode estabelecer uma relação duradoura com a empresa.

Assinale:

- (A) se somente a afirmativa I estiver correta.
- (B) se somente a afirmativa II estiver correta.
- (C) se somente a afirmativa III estiver correta.
- (D) se somente as afirmativas II e III estiverem corretas.
- (E) se todas as afirmativas estiverem corretas.

37

Com relação à adaptação dos 4“P”s do mix de *marketing* para o cenário do *marketing político eleitoral*, assinale a afirmativa correta.

- (A) O candidato e o seu partido são considerados o PREÇO, a ser pago pelo contribuinte.
- (B) O voto pode ser considerado PRODUTO e as ações de *marketing* serão responsáveis pela venda.
- (C) O PREÇO refere-se ao local de atuação do candidato, em que as mensagens de campanha são mais baratas.
- (D) A gravação e a veiculação de programas de rádio e TV e a colocação de *banners* do candidato correspondem à PROMOÇÃO.
- (E) Os eleitores potenciais são identificados como PRAÇA.

38

Sobre a definição de Opinião Pública, leia o fragmento a seguir.
“Todo fenômeno que, tendo origem em um processo de discussão coletiva e que se refira a um tema de relevância pública (ainda que não diga respeito a toda a sociedade), esteja sendo expresso publicamente, seja por sujeitos individuais em situações diversas, seja em manifestações coletivas.”

(FIGUEIREDO e CERVELLINI, apud NOVELLI).

Nessa perspectiva, relacione os quatro aspectos da Opinião Pública levantados por Novelli às respectivas explicações.

1. Origem
 2. Forma de expressão
 3. Estabelecimento do objeto específico
 4. Sujeito
- () A Opinião Pública deve corresponder à opinião de pessoas que tenham algumas características em comum.
 - () O tema deve ter o mínimo de relevância pública para motivar a discussão e gerar Opinião Pública.
 - () A Opinião Pública deve ser expressa publicamente.
 - () A Opinião Pública surge a partir de um processo de discussão coletiva.

Assinale a opção que indica a relação correta, de cima para baixo.

- (A) 4 – 3 – 2 – 1
- (B) 1 – 2 – 3 – 4
- (C) 4 – 1 – 2 – 3
- (D) 3 – 4 – 1 – 2
- (E) 1 – 4 – 2 – 3

39

Sobre o uso da publicidade para a construção da imagem do Poder Público, leia o fragmento a seguir.

“No Brasil, o Estado tem sido uma esfera de poder que tem atraído para si mais do que a obrigação de ser público e, portanto, _____. Tem se caracterizado como um poder anunciante e, conseqüentemente, como um dos maiores clientes do mercado _____, permanentemente comprando espaço na mídia _____, o que é feito mediante a programação de demandas de mensagens.” (Adaptado. SILVA in DUARTE, 2007:182)

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas do fragmento acima.

- (A) transparente – publicitário – comercial
- (B) democrático – informal – pública
- (C) austero – de relações públicas – de massa
- (D) nacionalista – jornalístico – colaborativa
- (E) autoritário – televisivo – alternativa

40

No que se refere à comunicação interna das empresas, numerosas pesquisas mostram que, apesar do crescimento das mídias sociais no mundo, há predomínio da unidirecionalidade.

A esse respeito, assinale a afirmativa correta.

- (A) Os *websites* das empresas não possuem serviço de ouvidoria.
- (B) Os empregados não possuem muitas oportunidades de colaborar nos processos comunicacionais.
- (C) A lógica da *Web 2.0* predomina internamente, na qual o receptor não tem participação nos conteúdos comunicados.
- (D) As ferramentas *wiki* dominam a comunicação interna.
- (E) Os funcionários se recusam a produzir conteúdos gratuitamente, mesmo com a abertura de diversos canais de participação.

41

Para um adequado gerenciamento da imagem e da reputação no ambiente digital, a empresa deve

- (A) manter-se afastada das redes sociais como estratégia para evitar publicações negativas.
- (B) criar perfis nas redes sociais apenas para prospectar clientes e se diferenciar dos concorrentes.
- (C) adotar comportamentos interativos no ambiente digital tanto frente a elogios quanto a críticas.
- (D) manter *websites* institucionais com poucas atualizações e sem espaço para interação com o internauta.
- (E) participar das redes sociais com anúncios veiculados exclusivamente de forma gratuita.

42

Sobre o *modelo assimétrico de duas mãos* proposto por James Grunig para estudar e caracterizar a prática das relações públicas, assinale a afirmativa correta.

- (A) Usa pesquisas e persuasão científica para manipular os públicos, a fim de beneficiar preferencialmente a organização.
- (B) Propõe o equilíbrio entre os interesses das organizações e dos públicos envolvidos.
- (C) Enfatiza, em detrimento da mídia, os públicos prioritários, cujos interesses devem ser levados em conta.
- (D) Segue os parâmetros do jornalismo, disseminando informações objetivas por meio da mídia.
- (E) Usa técnicas propagandísticas para chamar a atenção do público sobre assuntos de interesse da empresa.

43

Na busca da interação com seus vários públicos, as empresas devem montar serviços de atendimento ao cliente. Ao optarem por uma postura interativa, as empresas

- (A) agem na defensiva e focadas especificamente no atendimento e resolução de reclamações.
- (B) visam ao controle da qualidade do produto ou serviço, com base em relatórios quantitativos e informações padronizadas.
- (C) buscam fidelizar os clientes por meio de atitudes proativas, levantando suas opiniões e expectativas.
- (D) optam por uma atitude passiva preocupando-se exclusivamente com o reclamante que não tem razão.
- (E) utilizam a agressividade como estratégia para conter as reclamações infundadas.

44

Os veículos de comunicação dirigida podem ser classificados em orais, escritos, aproximativos e auxiliares.

Com base nessa classificação, tem-se como veículos aproximativos

- (A) o telefone e o alto-falante.
- (B) a correspondência interna e a mala direta.
- (C) as conferências e os jornais de empresa.
- (D) os treinamentos e a correspondência externa.
- (E) os congressos e as feiras.

45

O tipo de reunião, muito comum em publicidade, que visa estimular a imaginação dos participantes no sentido de oferecer ideias acerca de um determinado problema, chama-se

- (A) *workshop*.
- (B) fórum.
- (C) conclave.
- (D) *brainstorming*.
- (E) oficina.

46

Sobre a correta maneira de organizar um evento, leia o fragmento a seguir.

“Os grandes encontros, com duração de vários dias, têm o primeiro deles reservado para a abertura, que se realiza _____. A abertura é marcada por um(a) _____, apresentado(a) por uma pessoa de destaque, podendo ainda, na ocasião, se fazer homenagens especiais. Na sequência, pode haver um número artístico, seguido de _____. O restante do dia deve ser destinado à _____ e a entrega de material e informações.”

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas do fragmento acima.

- (A) à tarde – seminário – discurso – confraternização dos participantes
- (B) pela manhã – *workshop* – almoço – apresentação de painéis
- (C) à noite – conferência – coquetel – recepção dos participantes
- (D) pela manhã – colóquio – *brunch* – encontros de trabalho
- (E) à noite – palestra – jantar – lançamentos de livros

47

Relacione as quatro fases previstas para um evento destinado à divulgação científica às respectivas atividades.

1. Concepção
 2. Pré-evento
 3. Transevento
 4. Pós-evento
- () Recepção, distribuição de material, tradução simultânea e pesquisa de opinião entre os participantes.
 - () Reconhecimento da necessidade do evento, estimativa de exequidade econômica e técnica e lista dos resultados esperados.
 - () *Clipping*, cartas de agradecimento, tabulação dos questionários de opinião e organização do portfólio.
 - () Escolha do local, definição da data, elaboração do temário, definição da estratégia de comunicação e elaboração do *checklist*.

Assinale a opção que indica a relação correta, de cima para baixo.

- (A) 3 – 2 – 1 – 4
- (B) 2 – 1 – 3 – 4
- (C) 3 – 2 – 4 – 1
- (D) 4 – 2 – 1 – 3
- (E) 3 – 1 – 4 – 2

48

De acordo com as normas do cerimonial público, a precedência entre os governadores dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios é determinada

- (A) pela ordem alfabética das unidades da Federação.
- (B) pelo PIB das unidades da Federação.
- (C) pelo local de nascimento dos representantes das unidades da Federação.
- (D) pelo IDH das unidades da Federação.
- (E) pela ordem de constituição histórica dos entes da Federação.

49

Com relação ao uso da Bandeira Nacional, assinale a opção que indica o procedimento correto.

- (A) Deve-se bater continência à Bandeira Nacional em todas as cerimônias em que houver um representante das Forças Armadas.
- (B) A Bandeira Nacional deve ser obrigatoriamente hasteada às 8h e arriada às 18h, salvo no Dia da Bandeira, quando não será arriada.
- (C) Quando várias bandeiras são hasteadas simultaneamente, a Bandeira Nacional deve ser a última a atingir o topo do mastro.
- (D) A Bandeira Nacional deve ser hasteada diariamente nas Prefeituras e Câmaras Municipais.
- (E) A Bandeira Nacional não pode ser reproduzida sobre paredes nem tetos, sendo vedado o seu uso em veículos e aeronaves.

50

Sobre a comunicação na Administração Pública, leia o fragmento a seguir.

“A comunicação na Administração Pública privilegia a pessoa e não o fato. A isso se chama ‘fulanização’ comunicativa. Trata-se de uma visão distorcida, geralmente adotada por gente sem formação adequada ou por um tipo de assessoria de louvação que mais desajuda. Quando o fato se superpõe ao agente, a mensagem aparece de maneira mais crível e a fonte ganha em credibilidade e respeitabilidade.”

(Adaptado. TORQUATO, G. 2002:119-120)

As opções a seguir apresentam desajustes relacionados a essa distorção, **à exceção de uma**. Assinale-a.

- (A) Os fatos adquirem mais relevância que as fontes e a instituição.
- (B) As fontes tiram a atenção da instituição.
- (C) As pessoas predominam sobre os fatos.
- (D) A relação entre os diversos fatos veiculados pelas fontes dificilmente é percebida.
- (E) A imagem da instituição fica fragmentada.

51

No processo de encerramento de um evento ocorre a avaliação técnica e a confrontação entre os objetivos e os resultados obtidos. Para isso, são necessários documentos gerados nas fases anteriores.

As opções a seguir listam os documentos gerados nas fases anteriores, **à exceção de uma**. Assinale-a.

- (A) Os *checklists*.
- (B) Os questionários de avaliação dos participantes.
- (C) Os relatórios periódicos de atividades.
- (D) As atas de reunião da equipe organizadora.
- (E) Os cálculos de toda a centimentragem publicada.

52

A Resolução nº 2, de 27 de setembro de 2013, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas, a serem implementadas até setembro de 2015, trazem como novidade a exigência de, pelo menos,

- (A) 200 horas de estágio supervisionado.
- (B) 400 horas de atividades complementares.
- (C) 1.800 horas para o eixo de formação profissional em Relações Públicas.
- (D) 300 horas para o Trabalho de Conclusão de Curso.
- (E) 5 anos de curso para obtenção do grau de bacharelado.

53

Em relação ao Código de Ética que rege o exercício da profissão de Relações Públicas, analise as afirmativas a seguir.

- I. Desde que haja autorização prévia por parte do cliente, é permitido, ao profissional de Relações Públicas, atender clientes concorrentes.
- II. No exercício do *lobby*, o profissional de Relações Públicas deve limitar-se a obedecer às normas emanadas pelo Congresso Nacional, pois essas regem a matéria nas Assembleias Legislativas Estaduais e nas Câmaras Municipais.
- III. É vedado ao profissional de Relações Públicas ser perito do seu cliente ou valer-se do cargo que exerce ou dos laços de parentesco ou amizade para pleitear ser nomeado perito.

Assinale:

- (A) se somente a afirmativa I estiver correta.
- (B) se somente a afirmativa II estiver correta.
- (C) se somente a afirmativa III estiver correta.
- (D) se somente as afirmativas I e III estiverem corretas.
- (E) se todas as afirmativas estiverem corretas.

54

Sobre a medição de resultados de ações de comunicação, leia o fragmento a seguir.

“No relacionamento com a imprensa, sistemas de apuração de resultados convivem com metodologias mais aprofundadas que avaliam aspectos _____ da exposição como perfil do veículo, autor do artigo, se tem foto ou não, etc. Além disso, em comunicação _____, a imprensa não é o único _____. Alguns serviços disponíveis no mercado já se preocupam em medir os resultados de ações feitas para outros públicos. O potencial para o desenvolvimento de soluções para atendimento das demandas das empresas é _____. Medir a eficácia das ações de Relações Públicas ainda é um grande desafio.” (MAFEI e CECATO, 2011:121)

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas do fragmento acima.

- (A) complementares – mercadológica – agente – mensurável
- (B) principais – interna – foco – pequeno
- (C) quantitativos – institucional – *target* – desconhecido
- (D) acessórios – integrada – meio – mínimo
- (E) qualitativos – corporativa – *stakeholder* – grande

55

Sobre os procedimentos indicados em processos de gerenciamento de crises, leia o fragmento a seguir.

- I. Como a empresa é a única fonte de informações, o porta-voz deve estar preparado para fornecer respostas lacônicas e omitir os dados que venham a aumentar os riscos para a imagem da empresa.
- II. Além da imprensa, devem receber informações os demais públicos de interesse da empresa, tais como funcionários, fornecedores, parceiros e clientes.
- III. Em caso de entrevistas coletivas, é necessário um treinamento prévio para que o porta-voz demonstre desinteresse pelo problema, e passe a confiabilidade que ele é menor do que a mídia está noticiando.

Assinale:

- (A) se somente a afirmativa I estiver correta.
- (B) se somente a afirmativa II estiver correta.
- (C) se somente a afirmativa III estiver correta.
- (D) se somente as afirmativas I e II estiverem corretas.
- (E) se todas as afirmativas estiverem corretas.

56

Sobre o *media training*, leia o fragmento a seguir.

“Um dos segmentos que mais cresce como oferta de trabalho é o *media training*. Sua introdução no ambiente das organizações partiu da necessidade de treinar os executivos e administradores para o relacionamento com _____ e com os veículos de comunicação. Valendo-se do ensino de _____ e posturas, além de passar alguns conceitos de como se configura a(s) _____ trabalha-se para preparar os executivos para atuarem como _____ da organização.”

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas do fragmento acima.

- (A) publicitários – valores – redes sociais – jornalistas
- (B) relações públicas – práticas – empresa – fontes oficiais
- (C) jornalistas – técnicas – mídia – fontes confiáveis
- (D) repórteres – estratégias – mundo corporativo – fontes oficiais
- (E) editores – artimanhas – instituição – repórteres

57

Dentro da perspectiva da comunicação integrada, a *comunicação interna* deve

- (A) restringir-se a manter o funcionário informado sobre a missão, visão e valores da instituição, bem como sobre as características do ramo de negócios em que a empresa atua.
- (B) ser uma ferramenta estratégica para compatibilizar os interesses dos empregados e da empresa, estimulando o diálogo e a participação em todos os níveis.
- (C) focar-se no treinamento e no desenvolvimento do empregado de modo a obter o máximo de produtividade nos processos cotidianos da empresa.
- (D) transformar os empregados em porta-vozes da empresa, com amplo acesso a todas as informações de caráter gerencial.
- (E) ocupar-se da relação formal com os empregados por meio de memorandos, manuais, contracheques e outros documentos de caráter administrativo.

58

No composto da comunicação organizacional integrada, considera-se comunicação institucional

- (A) as relações públicas e o *merchandising*.
- (B) a comunicação interna e o *marketing* direto.
- (C) a assessoria de imprensa e o *marketing* cultural.
- (D) o jornalismo empresarial e a promoção de vendas.
- (E) a comunicação administrativa e a propaganda.

59

As opções a seguir apresentam algumas funções das Relações Públicas nas organizações, à exceção de uma. Assinale-a.

- (A) Função coercitiva
- (B) Função administrativa
- (C) Função estratégica
- (D) Função mediadora
- (E) Função política

60

Como exemplo de rede social que, ao contrário das tradicionais, se baseia na interatividade com e entre os internautas, temos

- (A) o *e-mail*.
- (B) o *Twitter*.
- (C) o *Scholar Google*.
- (D) o *site* institucional.
- (E) a *Intranet*.

Prova Discursiva (Relações Públicas)

1

Sobre a importância da pesquisa e das auditorias em Relações Públicas, leia o fragmento a seguir.

“Defendemos a importância fundamental do uso da pesquisa e de auditorias em relações públicas a fim de possibilitar um caráter científico para a prática de suas atividades. Nosso trabalho é de muita responsabilidade, pois lida com organizações complexas, pessoas, grupos, públicos e opinião pública. Envolve comportamentos, atitudes, reputação, imagem, identidade corporativa, administração de percepções, negociação, etc. Somente com uma atitude científica o profissional poderá construir diagnósticos e fazer prognósticos.” (KUNSCH, 2002:277)

Tendo a perspectiva da autora como referência, responda aos itens a seguir.

1. Diferencie **pesquisa** em Relações Públicas de **auditoria** em Relações Públicas
2. Indique os objetivos e as técnicas gerais dos dois tipos de pesquisa apresentados pela autora.
 - a) Pesquisa de opinião pública
 - b) Pesquisa institucional
3. Apresente as principais técnicas e os instrumentos específicos utilizados na
 - a) auditoria de Comunicação Organizacional;
 - b) auditoria de opinião.

2

Para as Relações Públicas, evento é “a execução de um projeto devidamente planejado de um acontecimento, com objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público de interesse.” (CESCA,1997:14). Eles podem ser tipificados e divididos em fases.

Nesse contexto, responda aos itens a seguir.

1. Apresente as características de uma **palestra** e de uma **conferência** e as diferenças entre elas;
2. Indique as características de um **debate** e de um **simpósio** e as diferenças entre eles;
3. Com relação a um Seminário Internacional de Relações Públicas na Comunicação Governamental, apresente duas ações referentes ao **pré-evento**, ao **transevento** e ao **pós-evento**, justificando a relevância de cada uma das ações citadas.

Atenção!

As folhas a seguir devem ser usadas como rascunho.

Transcreva seu texto no local apropriado na folha de texto definitivo, pois não será avaliado o texto escrito em local indevido.

Você terá até **30 (trinta)** linhas para responder a cada questão.

Na folha de texto definitivo, não se identifique, pois isso pode anular sua prova.

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

Realização

