

Sala:	Inscrição:
	Nome:
Num. Sala:	CPF:
	Identidade:
Ord. Geral:	Data de Nascimento:
	Emprego:

**SECTEC**  
SECRETARIA DE  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA



**CONCURSO PÚBLICO PARA PREENCHIMENTO DE VAGAS DE EMPREGOS DE ASSISTENTE ADMINISTRATIVO, ASSISTENTE TÉCNICO E ANALISTA TÉCNICO DA AGÊNCIA GOIANA DE HABITAÇÃO S/A - AGEHAB**

**EDITAL Nº 001/2010 - SECTEC, DE 24 DE FEVEREIRO DE 2010**

**PROVA DE CONHECIMENTOS**

**ANALISTA TÉCNICO – RELAÇÕES PÚBLICAS**

**INSTRUÇÕES**

- Verifique se este caderno contém 60 questões de múltipla escolha (30 de Conhecimentos Gerais e 30 de Conhecimentos Específicos), 01 questão dissertativa e 01 peça técnica.
- Verifique, na Folha de Respostas das questões objetivas, se o seu nome e número do documento de identificação estão corretos.
- Em cada questão, você deve assinalar somente uma das alternativas.
- Será anulada a questão que contiver emenda, rasura ou, ainda, a que apresentar mais de uma alternativa assinalada na Folha de Respostas.
- Ao marcar a alternativa correta na Folha de Respostas, use caneta esferográfica de tinta preta, ponta grossa.
- A duração total da prova é de 5 horas. Este tempo inclui a resposta às questões de múltipla escolha, e às questões dissertativas, e, ainda, a marcação da Folha de Respostas das questões de múltipla escolha.

**CERTO**

	A	B	C	D	E
1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

**ERRADO**

	A	B	C	D	E
21	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Ao terminar a prova, entregue, obrigatoriamente, ao Fiscal de Sala as suas Folhas de Respostas das questões objetivas, da questão dissertativa e da peça técnica.
- Leia, na página 15, as instruções para a Prova Discursiva (questão dissertativa e peça técnica).
- Você só poderá levar o Caderno de Prova após transcorridas 4 horas do início da prova.
- Os 3 (três) últimos candidatos de cada sala só poderão ser liberados juntos.



## Conhecimentos Gerais

Leia o texto **A** e responda às questões de 1 a 5.

### TEXTO A

*O amor foi um dos grandes temas do filósofo Platão. Ele distinguia o amor físico, “superficial”, aquele em que o parceiro pouco importa, pois só a aventura interessa, do amor celeste, em que o amante ama o amado pela sua alma e o sexo entre eles é um elo forte. Esse amor celeste implica regras de conduta para evitar o comportamento intempestivo dos que se entregam ao amor superficial, também dito vulgar. Platão diz que o amante e o amado devem se cuidar para se tornar bons e sábios – virtuosos, enfim. Na Idade Média, com o surgimento dos trovadores (os poetas líricos), o amor se tornou um tema privilegiado nas conversas das cortes da Europa. [...]*

*O amor e suas variantes, o sucesso e o insucesso no amor, a fidelidade e a infidelidade são temas eternos. O que muda é a forma de lidar com o sentimento amoroso. Nós, hoje, não nos orientamos por regras prefixadas e também não inventaríamos os casos possíveis – acreditamos, pelo contrário, que cada caso é único, por mais que guarde semelhanças com outros. Com a descoberta do inconsciente, a ideia da particularidade de cada indivíduo se impôs. Sabemos que ninguém vive o amor da mesma maneira.*

*Também sabemos que o amor se apresenta como um enigma e nunca se deixa decifrar inteiramente – ele é indissociável do não saber. Assim, no começo dos anos 80, quando um editor me pediu que escrevesse um livro sobre o tema, eu aceitei a proposta – escrevi, porém, que não há como definir o sentimento amoroso. Usei, como epígrafe do livro, uma frase do poeta português Fernando Pessoa: “Anjo... de que matéria é feita a tua matéria alada?”.*

Betty Milan IN: Revista Veja, Ed. 2151, 10 de fevereiro de 2010.

### 01

A epígrafe que a autora usou no seu livro retoma uma ideia sobre o amor, presente no texto. Assinale a opção que apresenta essa ideia.

- O ideal platônico de amor.
- As contradições do amor.
- As variações do amor.
- A indefinição do amor.
- O lirismo do amor medieval.

### 02

Segundo as ideias extraídas do texto, baseadas no pensamento da autora,

- cada história de amor é singular em relação a outras.
- não pode haver semelhanças em histórias de diferentes amores.
- as contradições no amor são eternas.
- predomina, hoje, a visão do amor celeste de Platão.

Está **CORRETO** o que se afirma em

- III e IV, apenas.
- I e III, apenas.
- I, III e IV, apenas.
- I, II, III e IV.
- II e III, apenas.

### 03

São exemplos de uma mesma função sintática os elementos destacados na opção:

- “Esse amor celeste implica **regras de conduta...**”  
“... e também não inventaríamos **os casos possíveis...**”
- “**Com a descoberta do inconsciente**, a ideia da particularidade de cada indivíduo se impôs.”  
“...aquele em que **o parceiro** pouco importa...”
- “... que **o amor** se apresenta como um enigma...”  
“O amor foi **um dos grandes temas do filósofo Platão.**”
- “...quando um editor me pediu **que escrevesse...**”  
“O que muda é a forma **de lidar com o sentimento...**”
- “... e **o sexo entre eles** é um elo forte.”  
“Nós, hoje, não **nos** orientamos por regras prefixadas...”

**04**

Examine se as substituições sugeridas para elementos do texto **A**, preservando o contexto, provocam alterações de sentido, ou desvio da norma padrão da língua.

- I. “**implica** regras de conduta” → embaraçam
- II. “**para se tornar** bons e sábios” → para que se tornem
- III. “**por mais que guarde** semelhanças com outros” → a despeito de eles guardarem
- IV. “e nunca **se deixa decifrar** inteiramente” → se pode codificar
- V. “Usei, como **epígrafe** do livro” → epitalâmio
- VI. “que **não há como** definir o sentimento amoroso” → é impossível

Estão **CORRETAS** as substituições sugeridas em

- a) I, II, III e V, apenas.
- b) III e V, apenas.
- c) II e VI, apenas.
- d) II, III e VI, apenas.
- e) I, III e IV, apenas.

**05**

Com base no texto **A**, atente para as informações dos itens abaixo.

- I. A autora do artigo vale-se de uma frase do poeta Fernando Pessoa para usá-la como epígrafe do livro escrito por ela, apenas para demonstrar emotivamente uma preferência particular, sem outra intenção detectável, que constitua um papel específico na construção de seu discurso.
- II. Ao dar enfoque à visão do amor concebida por Platão, a autora do artigo de Veja não dá informações detalhadas sobre outros aspectos da vida e da obra desse filósofo. Pode-se inferir que ela pressupõe que tais informações fazem parte da cultura pessoal do interlocutor.
- III. Em “*Também sabemos... do não saber.*”, preservando o contexto, pode-se reconhecer a utilização de dois operadores argumentativos, na informação em que se acham inseridos.

Está **CORRETO** o que se afirma em

- a) I, II e III.
- b) II, apenas.
- c) III, apenas.
- d) I, apenas.
- e) II e III, apenas.



**06**

Na tira acima, Garfield muda de atitude se compararmos a sua fala do primeiro com a do terceiro quadrinho. Essa mudança se dá em função de

- a) uma contradição contida na expressão “nada contra ele”, no primeiro quadrinho.
- b) uma ordem expressa pelo verbo no infinitivo “pegar”, no segundo quadrinho.
- c) uma condição expressa pelo verbo “ter”, flexionado no futuro do presente, no primeiro quadrinho.
- d) uma condição expressa pela conjunção “se”, no segundo quadrinho.
- e) um pedido expresso pela locução verbal “vai dormir”, no segundo quadrinho.

As questões de 7 a 12 baseiam-se no texto B.

### **TEXTO B**

O discurso foi excelente. Direto, sem ser raso. Técnico, sem ser chato. Sensível, sem ser piegas. No horário nobre da quarta-feira passada, o presidente Barack Obama falou durante 47 minutos em sessão conjunta do Congresso com o objetivo de virar o jogo a favor de sua proposta de reforma do sistema de saúde. Depois de promovê-la a prioridade número 1 de sua agenda doméstica, e vê-la ser estraçalhada nas inúmeras reuniões que deputados e senadores fizeram com eleitores no recesso parlamentar de agosto, Obama está sendo convidado a descer do palanque para ser apresentado à realidade. E a realidade é o avesso de sua utopia: a maioria, exatamente 51% na última pesquisa, é contra a reforma da saúde. Traduzindo: os americanos não querem um sistema público de saúde para competir com as empresas privadas e não gostam da ideia de o governo administrar o sistema atual para evitar abusos das seguradoras. Por trás disso, há uma mensagem cujas raízes remontam à história do país: a maioria dos americanos desconfia da honestidade, dos propósitos e da competência dos governos – qualquer governo.

Na superfície, o debate sobre a saúde nos Estados Unidos provoca divergências técnicas. Na proposta de Obama, todos os americanos serão obrigados a ter plano de saúde. Mas qual o leque mínimo dos benefícios? Obama promete que o governo vai subsidiar quem não puder comprar um plano. Mas de quanto será o subsídio? Obama disse, pela primeira vez, que o custo da reforma em dez anos será, no máximo, de 900 bilhões de dólares e o grosso do dinheiro virá da redução do desperdício e das fraudes. Mas de onde saiu o cálculo do que escorre pelo ralo do desperdício e das fraudes? Encerrado o discurso de Obama, a atenção da imprensa e dos políticos foi concentrada nessas dúvidas.

André Petry IN: Revista Veja, 16 de setembro de 2009.

### **07**

Qual das formulações resume, conceitualmente, o argumento central do texto?

- “Obama disse, pela primeira vez, que o custo da reforma em dez anos será, no máximo, de 900 bilhões de dólares e o grosso do dinheiro virá da redução do desperdício e das fraudes.”
- “Na superfície, o debate sobre a saúde nos Estados Unidos provoca divergências técnicas.”
- “Na proposta de Obama, todos os americanos serão obrigados a ter plano de saúde.”
- “Obama promete que o governo vai subsidiar quem não puder comprar um plano.”
- “a maioria dos americanos desconfia da honestidade, dos propósitos e da competência dos governos – qualquer governo.”

### **08**

Com base no texto, julgue as inferências propostas nos itens abaixo.

- O desenvolvimento do texto indica que seu autor, André Petry, possivelmente procura afirmar um ponto de vista a partir dos implícitos do discurso do presidente, conforme se pode deduzir pela leitura do primeiro parágrafo.
- O autor do artigo manifesta simpatia pela forma discursiva apresentada pelo presidente Obama naquela quarta-feira no Congresso.
- O artigo de Petry faz um cotejo na passagem “E a realidade é o avesso de sua utopia...”

Apresenta sustentação contextual:

- apenas o item III.
- os itens I, II e III.
- apenas o item II.
- apenas o item I.
- apenas os itens II e III.

### **09**

A conotação é o lugar em que ecoam as experiências culturais da comunidade de uma língua, na medida em que o uso da expressão e palavras revela juízo de valor de maneira marcante. Considerando essa afirmação de J. Carlos Azeredo, identifique o emprego da linguagem conotativa, preservando o contexto, nas opções a seguir.

- “... o presidente Barack Obama falou durante 47 minutos...”
- “Técnico, sem ser chato.”
- “... do que escorre pelo ralo do desperdício e das fraudes?”
- “Obama promete que o governo vai subsidiar...”
- “... a maioria dos americanos desconfia da honestidade, dos propósitos...”

**10**

A conjunção “mas” expressa basicamente uma relação de sentido tipicamente reconhecida entre dois conteúdos. Em alguns enunciados, essa relação se torna mais clara, conforme o efeito que o enunciador pretende produzir.

Considerando o contexto, pode-se afirmar que a conjunção “mas”, no início das interrogativas formuladas no texto, no último parágrafo,

- adiciona ideias similares às apresentadas no fragmento “*com o objetivo de virar o jogo a favor de sua proposta de reforma do sistema de saúde.*”, constituindo o próprio fundamento da argumentação desse fragmento.
- retifica a passagem “*...o debate sobre a saúde nos Estados provoca divergências técnicas.*”
- possibilita reconhecer que o texto se apresenta incoerente, já que o contraponto constituído pelas interrogações é insustentável no texto e no contexto.
- é utilizada como operador argumentativo que fortalece o pressuposto de que a proposta de Obama apresenta informações vagas e imprecisas.
- provoca no leitor brasileiro uma motivação positiva a respeito desse benefício proposto por Obama, o que se verifica devido ao papel exercido por essa conjunção, operador argumentativo que conduz de modo contrário a tese de Petry.

**11**

Observe os seguintes fragmentos, transcritos do texto. Considere o contexto.

- “*O discurso foi excelente.*”
- “*Na proposta de Obama, todos os americanos serão obrigados a ter plano de saúde.*”
- “*Traduzindo: os americanos não querem um sistema público de saúde para competir com as empresas privadas e não gostam da ideia de o governo administrar o sistema atual para evitar abusos das seguradoras.*”

Esses trechos exemplificam, respectivamente, a predominância das seguintes funções da linguagem:

- emotiva, referencial e metalinguística.
- referencial, emotiva e poética.
- metalinguística, referencial e emotiva.
- fática, poética e emotiva.
- fática, fática e emotiva.

**12**

Assinale a opção **CORRETA** a respeito das relações de coesão do texto.

- A forma “-la” em “promovê-la” retoma a expressão “*proposta de reforma do sistema de saúde*” (primeiro parágrafo).
- O termo “disso” em “*Por trás disso*” (primeiro parágrafo) retoma o termo “*última pesquisa*” (primeiro parágrafo).
- O pronome “que” em “*Obama promete que o governo...*” substitui o termo “*proposta de Obama*” (segundo parágrafo).
- A conjunção “que” em “*nas inúmeras reuniões que deputados e senadores...*” (primeiro parágrafo) resume o termo “*deputados e senadores*”.
- O desenvolvimento do texto permite substituir a expressão “*Na superfície*” (segundo parágrafo) por “*Na íntegra*”.

**13**

Com o processo de Independência do Brasil em 1822, a estrutura política não sofre mudanças marcantes em Goiás. Essas mudanças ocorrem de maneira gradual e com disputas internas pelo poder entre os grupos locais. Nesse contexto destaca-se:

- o atrito dos grandes proprietários de terra com o governo central, pois eles eram totalmente contra a separação de Portugal.
- o movimento separatista do norte de Goiás, provocado por interesses econômicos e políticos dos grandes proprietários de terra descontentes com a falta de benefícios do governo.
- o elevado índice de imigrantes estrangeiros, que se tornaram responsáveis pelo desenvolvimento da pecuária no Estado.
- a recuperação da economia mineradora com a descoberta de novas jazidas na região norte do Estado.
- a consolidação da separação do norte, aprovada em 1823 pelo governo imperial.

**14**

Entre 1920-1929, o gado vivo significou quase a metade de todas as exportações e 27,69% da arrecadação total do Estado. Entre 1889 e 1932, Goiás exportou 3.690.372 cabeças de gado; em 1928, ano de maior exportação, 154.229.

(PALACIN, Luís. MORAES, Maria Augusta de Sant'Anna. História de Goiás. Goiânia: Editora da UCG, 1989, p.94.)

Identifique o fator que define a economia goiana nesse período histórico:

- a) Desenvolvimento de grandes polos industriais e urbanos graças ao acúmulo de capitais gerado pela pecuária.
- b) Aumento significativo da produtividade com a adoção da pecuária intensiva por parte dos fazendeiros.
- c) Aumento da produção e das exportações da carne bovina ampliado com a construção e pavimentação das rodovias na década de 20, pelo governo do Estado.
- d) Consolidação econômica dos pequenos proprietários de terra que tiveram oportunidade de ampliar seus negócios.
- e) Adoção da pecuária extensiva, baseada nas relações de trabalho arcaicas no campo e predomínio do clientelismo.

**15**

A Revolução de 1930 deu início a uma fase na História do Brasil marcada pela liderança de Getúlio Vargas, período que se estende até 1945. Em Goiás, é considerada uma revolução importada cujo ponto de apoio foi:

- a) a classe média responsável pela expansão dos centros urbanos goianos.
- b) a parte da classe dominante descontente com o domínio político das oligarquias da capital.
- c) o descontentamento dos militares goianos com o regime vigente.
- d) a grande representatividade do operariado nos centros urbanos.
- e) o interesse dos industriais em reformas visando a ampliação dos investimentos no setor.

**16**

Eleito Governador do Estado de Goiás para o período de 1961-1964, através da coligação PSD/PTB, Mauro Borges foi considerado o primeiro governador a ter um planejamento global para o Estado. Neste planejamento, promove uma experiência piloto, visando minimizar os problemas da ocupação da terra com a expansão do capitalismo, uma tentativa de reforma agrária no Estado, que recebeu como denominação:

- a) Colônia Agrícola de Uvã.
- b) Projeto da Colônia Agrícola de Ceres.
- c) Combinado Agro-Urbano de Arraias.
- d) Colônia de Santa Cruz.
- e) Colônia de Italianos de Nova Veneza.

**17**

O século XVII representou a etapa de investigação das possibilidades econômicas das regiões goianas, durante a qual o seu território tornou-se conhecido. No século seguinte, em função da expansão da marcha do ouro, ele foi devassado em todos os sentidos, estabelecendo-se a sua efetiva ocupação através da mineração. Nesse sentido, pode-se afirmar que a economia goiana no final do século XVIII se caracteriza:

- a) Pelo aumento da arrecadação fiscal e da imigração para a região.
- b) Como um período de desenvolvimento através do processo de industrialização urbana.
- c) Pelo declínio da mineração e empobrecimento da capitania que se volta para as atividades agropecuárias.
- d) Como o período áureo, grande circulação de riqueza, intenso povoamento, apogeu da mineração.
- e) Pelo crescimento comercial e desenvolvimento urbano.

**18**

Cerca de mil mulheres participaram ontem do Projeto Mulheres da Paz, no Centro de Convenções de Goiânia. Carregando bandeiras feitas com frases de carinho, elas chamaram a atenção para a causa que passaram a lutar: evitar a violência com jovens na região do Entorno do Distrito Federal – Valparaíso, Cidade Ocidental, Planaltina, Águas Lindas, Formosa, Luziânia, Cristalina. O Projeto que integra o Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania – Pronasci, do Ministério da Justiça, faz um trabalho preventivo em municípios mais vulneráveis à violência.

O Popular, Goiânia, 22/03/2010.

Esse episódio ligado à falta de informações sobre o paradeiro de seis jovens desaparecidos recentemente em Luziânia, município goiano localizado a 66km de Brasília, revela uma questão de alcance bem mais amplo para a sociedade goiana atual. Considerando essas informações, a respeito da região do Entorno do Distrito Federal, analise os itens a seguir:

- I. O fluxo migratório para essa região não foi acompanhado por investimentos correspondentes nas áreas de educação, saúde, saneamento, urbanismo e segurança pública.
- II. A falta de planejamento para minimizar os impactos que a concepção de Brasília causaria à região, que abriga, ainda hoje se faz sentir, mesmo após os cinquenta anos de sua fundação.
- III. As demandas sociais não refletem nos elevados indicadores de criminalidade na região, pois o seu combate é uma questão de estruturação da segurança pública na região, com o aumento do efetivo policial e do sistema carcerário.
- IV. Os altos índices de criminalidade registrados têm como causas, meramente, o crime organizado, o comércio e o uso de drogas e entorpecentes.

Estão **CORRETOS** apenas os itens:

- a) III e IV.
- b) I e III.
- c) II e III.
- d) II e IV.
- e) I e II.

**19**

No debate contemporâneo, a relevância planetária da questão ambiental se expressa através de três movimentos: regenerar as partes agredidas, preservar e cuidar do que resta do planeta. Nesse sentido, faz-se necessário

- ( ) o desenvolvimento de amplo processo de reflorestamento das áreas devastadas.
- ( ) a substituição de fontes de energia à base da utilização de combustíveis fósseis, por outros meios de produção mais limpas.
- ( ) a criação de amplos espaços agricultáveis associados à pecuária de corte.
- ( ) a formação de consciência crítica, tendo como suporte uma visão sistêmica da questão ambiental.
- ( ) que o desenvolvimento se efetive em harmonia com os recursos dos diferentes ecossistemas.

Julgue os itens acima em **V** (verdadeiro) ou **F** (falso). Em seguida, marque a sequência **CORRETA**.

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

**20**

A Organização Mundial do Comércio (OMC) autorizou o Brasil a punir comercialmente os Estados Unidos por conta do subsídio ilegal concedido aos seus produtores de algodão. O Brasil poderá aplicar aos Estados Unidos uma sanção que, tecnicamente, é chamada de retaliação

- a) múltipla.
- b) simples.
- c) unilateral.
- d) cruzada.
- e) cumulativa.



**21**

Com base nos termos do art. 37 da Constituição Federal, é **CORRETO** afirmar que

- a) a proibição de acumular empregos e funções públicas remuneradas não se estende a autarquias, fundações, empresas públicas, sociedades de economia mista, suas subsidiárias, e sociedades controladas, direta ou indiretamente, pelo poder público.
- b) a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.
- c) é absolutamente vedada a acumulação remunerada de cargos públicos.
- d) a lei estabelecerá os casos de contratação por tempo indeterminado, sem concurso público, para atender à necessidade temporária de excepcional interesse público.
- e) os cargos, empregos e funções públicas são acessíveis somente a brasileiros natos.

**22**

Qual das alternativas apresenta atividade (s) que **NÃO** constitui (em) monopólio da União?

- a) A refinação do petróleo estrangeiro.
- b) A pesquisa e a lavra das jazidas de petróleo e gás natural e outros hidrocarbonetos fluidos.
- c) O transporte terrestre do petróleo bruto de origem nacional ou de derivados básicos de petróleo produzidos no País, bem assim o transporte, por meio de conduto, de petróleo bruto, seus derivados e gás natural de qualquer origem.
- d) A refinação do petróleo nacional.
- e) O transporte marítimo do petróleo bruto de origem nacional ou de derivados básicos de petróleo produzidos no País, bem assim o transporte, por meio de conduto, de petróleo bruto, seus derivados e gás natural de qualquer origem.

**23**

Quanto ao recurso administrativo previsto na Lei 13.800, de 18 de janeiro de 2001, este estatuto legal **NÃO** menciona que:

- a) têm legitimidade para opor recurso administrativo os cidadãos ou associações, quanto a direitos ou interesses difusos.
- b) das decisões administrativas cabe recurso, em face de razões de legalidade e de mérito.
- c) o recurso será dirigido à autoridade que proferiu a decisão, a qual, se não a reconsiderar no prazo de cinco dias, o encaminhará à autoridade superior.
- d) o recurso administrativo tramitará no máximo por três instâncias administrativas, salvo disposição legal diversa.
- e) salvo disposição legal específica, é de 15 dias o prazo para oposição de recurso administrativo, contado a partir da ciência ou divulgação oficial da decisão recorrida.

**24**

Quanto aos tratados e convenções internacionais, em matéria de direitos humanos, é **CORRETO** afirmar que

- a) se forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às Leis Complementares.
- b) se forem aprovados, no Senado Federal, em dois turnos, por dois quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais.
- c) se forem aprovados, no Senado Federal, em dois turnos, por dois quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às Leis Complementares.
- d) se forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais.
- e) têm força de Emenda Constitucional, desde que assinados pelo Presidente da República, devidamente autorizados pela Câmara dos Deputados.

**25**

Sobre a política de desenvolvimento urbano mencionada na Constituição Federal, executada pelo poder público municipal, é **INCORRETO** afirmar:

- a) O Plano Diretor somente é obrigatório para cidades com mais de cinquenta mil habitantes.
- b) O Plano Diretor somente é obrigatório para cidades com mais de vinte mil habitantes.
- c) O Plano Diretor é o instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana.
- d) É facultado ao Poder Público municipal, mediante lei específica para área incluída no plano diretor, exigir, nos termos da lei federal, do proprietário do solo urbano não edificado, subutilizado ou não utilizado, que promova seu adequado aproveitamento.
- e) As desapropriações de imóveis urbanos serão feitas com prévia e justa indenização em dinheiro.

**26**

A professora Maria Sylvia Zanella Di Pietro, ao conceituar administração pública, revela que esta possui dois sentidos: subjetivo e objetivo. Considerando o ponto de vista desta doutrinadora, assinale a alternativa **CORRETA**.

- a) A administração pública em sentido subjetivo é também chamada de material ou funcional.
- b) A administração pública em sentido objetivo é também chamada de material ou funcional.
- c) A administração pública em sentido subjetivo é também chamada de funcional.
- d) A administração pública em sentido objetivo é também chamada de formal.
- e) A administração pública em sentido objetivo abrange todos os entes aos quais a lei atribui o exercício da função administrativa.

**27**

No que se refere às sociedades de economia mista, é **INCORRETO** afirmar que

- a) compete à Justiça Comum Estadual processar e julgar as causas cíveis em que é parte esse tipo de sociedade.
- b) serão sempre estruturadas como sociedades anônimas.
- c) o seu capital é constituído exclusivamente por recursos oriundos de entes da administração pública.
- d) têm regime jurídico de direito privado.
- e) são sujeitas ao controle estatal.

**28**

Com relação aos prazos processuais destacados na Lei 13.800 de 18 de janeiro de 2001, que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública do Estado de Goiás, é **INCORRETO** afirmar que

- a) os prazos começam a correr a partir da data da cientificação oficial, incluindo-se na contagem o dia do começo e excluindo-se o do vencimento.
- b) salvo motivo de força maior devidamente comprovado, os prazos processuais não se suspendem.
- c) os prazos expressos em dias contam-se de modo contínuo.
- d) os prazos fixados em meses ou anos contam-se de data a data. Se no mês do vencimento não houver o dia equivalente àquele do início do prazo, tem-se como termo o último dia do mês.
- e) considera-se prorrogado o prazo até o primeiro dia útil seguinte, se o vencimento cair em dia em que não houver expediente ou este for encerrado antes da hora normal.

**29**

Sobre as modalidades de licitação previstas na Lei 8.666 de 21 de junho de 1993, é **INCORRETO** afirmar que:

- a) Concurso é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para escolha de trabalho técnico, científico ou artístico, mediante a instituição de prêmios ou remuneração aos vencedores, conforme critérios constantes de edital publicado na imprensa oficial, com antecedência mínima de 45 (quarenta e cinco) dias.
- b) Concorrência é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados que, na fase inicial de habilitação preliminar, comprovem possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.
- c) Tomada de preços é a modalidade de licitação entre interessados devidamente cadastrados ou que atenderem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.
- d) Convite é a modalidade de licitação entre interessados – mesmo que não sejam do ramo pertinente ao seu objeto, cadastrados –, escolhidos e convidados em número mínimo de 05 (cinco) pela unidade administrativa, a qual afixará, em local apropriado, cópia do instrumento convocatório e o estenderá aos demais cadastrados na correspondente especialidade que manifestarem seu interesse com antecedência de até 30 (trinta) dias da apresentação das propostas.
- e) Leilão é a modalidade de licitação entre quaisquer interessados para a venda de bens móveis inservíveis para a administração ou de produtos legalmente apreendidos ou penhorados, ou para a alienação de bens imóveis prevista no art. 19, a quem oferecer o maior lance, igual ou superior ao valor da avaliação.

**30**

Para o art. 8º da Constituição Federal, é livre a associação profissional ou sindical, observado o seguinte:

- a) O aposentado, mesmo que filiado, não poderá votar e ser votado nas organizações sindicais.
- b) Ao sindicato cabe a defesa dos direitos e interesses coletivos, ou individuais do associado, mesmo que não relacionado a interesses da categoria, inclusive em questões judiciais ou administrativas.
- c) Todos serão obrigados a filiar-se ou a manter-se filiado a sindicato.
- d) É facultativa a participação dos sindicatos nas negociações coletivas de trabalho.
- e) A lei não poderá exigir autorização do Estado para a fundação de sindicato, ressalvado o registro no órgão competente, vedadas ao Poder Público a interferência e a intervenção na organização sindical.

## Conhecimentos Específicos

### 31

Textos em colunas, alinhamento e pesos diferentes entre títulos, subtítulos e textos, em um *house-organ* dirigido aos funcionários de uma empresa, são características básicas de uma boa

- a) diagramação.
- b) ilustração.
- c) criação.
- d) direção de arte.
- e) impressão.

### 32

Sobre o projeto gráfico de um veículo impresso, produzido pela assessoria de comunicação de uma organização, considere as seguintes afirmações:

- I. O assessor de comunicação deve tomar cuidado com o uso de entrelinhas mais abertas ou mais fechadas, com o texto com distribuição assimétrica e com a contradição entre imagem e texto.
- II. Quando tiver mais de uma foto no layout e elas tiverem o mesmo grau de importância, o assessor de comunicação deve evitar alinhar uma com a outra, tanto na horizontal como na vertical.
- III. Na página inicial do veículo impresso, o assessor de comunicação pode alinhar o logotipo da organização com outro objeto (texto ou imagem).
- IV. Para um veículo impresso, o assessor de comunicação deve escolher uma tipologia de fácil legibilidade, evitando fonte decorativa, produzindo assim uma leitura mais confortável.
- V. No caso de texto longo, o assessor, ao definir uma entrelinha, não deverá optar por uma que seja apertada, pois ela deixará o texto pesado, com legibilidade ruim, causando desinteresse do leitor pelo veículo.

Estão **CORRETAS** as afirmativas

- a) II, III e V, apenas.
- b) I e II, apenas.
- c) III, IV e V, apenas.
- d) I, III, IV e V, apenas.
- e) I, II, III, IV e V.

### 33

No processo de auditoria de opinião, o profissional de relações públicas pode adotar métodos qualitativos para a obtenção de dados. Dentre eles, é frequente o uso daquele que se baseia na descrição, registro, sistematização e categorização de elementos relevantes aos discursos e de reações (gestos, falas, expressões, etc.) de participantes num debate. Esses participantes, em pequeno número, são escolhidos em função de sua representatividade na organização, de maneira a constituírem uma amostra válida do universo estudado. Este método é denominado de

- a) história de vida.
- b) entrevista semi-estruturada.
- c) grupo focal.
- d) sociografia.
- e) análise conversacional.

### 34

Segundo Antonio Hohlfeldt, uma das linhas mais curiosas do chamado campo das pesquisas em comunicação diz respeito à pesquisa de opinião pública. Esse tipo de pesquisa indica que as pessoas são influenciadas não apenas pelo que os outros dizem, mas pelo que as pessoas imaginam que os outros poderiam dizer, sugerindo que, se um indivíduo imagina que sua opinião poderia estar em minoria ou poderia ser recebida com desdém, esse indivíduo estaria menos propenso a expressá-la. Essa ideia indica a fragilidade da capacidade de julgamento do indivíduo e, conseqüentemente, torna vulnerável sua opinião, levando-o a participar da construção de um clima de opinião, e não da opinião pública propriamente dita. Em 1972, essa hipótese contemporânea do processo de comunicação foi denominada por uma pesquisadora alemã de

- a) *Newsmaking*.
- b) Agenda *setting*.
- c) Espiral do silêncio.
- d) Etnografia.
- e) Instrumentalista.

### 35

Como o jornal institucional é um veículo especializado em produzir percepção positiva do público interno, para ser eficaz ele precisa ter, em primeiro lugar,

- a) uma boa pauta e boas reportagens.
- b) uma boa linguagem gráfica e leitores qualificados.
- c) uma capa sintética e sedutora, além de uma boa fonte.
- d) um bom logotipo e uma boa imagem.
- e) um bom plano editorial e uma missão definida.

**36**

No processo de relacionamento entre uma assessoria de comunicação e a mídia, considere as seguintes afirmações:

- I. A assessoria de comunicação deve evitar obter o retorno do envio de press releases, de material de apoio ou de convocação de entrevista coletiva junto à imprensa nos horários de fechamento das edições.
- II. No primeiro parágrafo do press release, a assessoria de comunicação deve concentrar as principais informações de um acontecimento, já que ele deve ajudar o jornalista a rapidamente decidir se faz a matéria sobre o assunto, ou não.
- III. Se o jornalista procurar uma organização para obter informações para produção de matéria polêmica, a assessoria deve orientar suas fontes a não opinar ou responder qualquer pergunta, evitando assim a publicação da matéria.
- IV. A assessoria de comunicação deve sempre manter atualizado um banco de dados sobre os veículos de comunicação e seus jornalistas, com o objetivo de acessá-los, informá-los, convocá-los para entrevistas e convidá-los para participar dos eventos da organização.
- V. Mesmo que uma organização, através de sua assessoria de comunicação, tenha prometido exclusividade da matéria a um jornalista, sua assessoria deve passar a informação para outros jornalistas.

Estão **CORRETAS** as afirmativas

- a) I, II, III, IV e V.
- b) I, II e IV, apenas.
- c) III e V, apenas.
- d) II, III e IV, apenas.
- e) III, IV e V, apenas.

**37**

Ao se organizar e compor os elementos visuais do *website* de uma organização, deve-se respeitar o princípio do *layout*, que trata da disposição da informação dentro da mesma página. Esta disposição baseia-se na importância da informação para a recepção, considerando as prioridades do usuário quando encontra um *website* e aquilo que ele precisa ver em primeiro lugar. Este princípio é chamado de

- a) foco e ênfase.
- b) unidade de integração.
- c) estrutura e equilíbrio.
- d) hierarquia da informação.
- e) relação de elementos.

**38**

Na gestão da comunicação digital percebe-se que o *website* da empresa não está tendo a quantidade de visitas previstas em seu projeto original. Esse fato tem afetado a expectativa de ampliação da visibilidade da empresa e sua interação com a comunidade. O profissional de Relações Públicas é convocado para buscar uma solução rápida e com baixo custo. Neste caso, a solução correta é a criação

- a) de mala direta para seus stakeholders, falando da disponibilidade do website como mais uma ferramenta de informação.
- b) de uma campanha publicitária para ser veiculada nos meios de comunicação de massa e atingir, de forma rápida, o maior número possível de pessoas.
- c) de um dispositivo de recomendação do website a pessoas influentes e formadoras de opinião, através da ferramenta de groupware.
- d) de um sistema de comunicação de apoio ao website, visando sua total publicidade e sustentabilidade.
- e) de um evento institucional que promova o website para as pessoas influentes e formadoras de opinião.

**39**

Suponha-se que o profissional de Relações Públicas, ao gerir a comunicação institucional da empresa, acredite ser estratégico utilizar espaços do *website* para alcançar públicos que preferem obter informações na web. Nesse sentido, ele decide, no espaço digital destinado à divulgação de eventos, fazer um *upload* de um *hotsite*. *Upload* e *hotsite* significam, respectivamente, transferência de dados de um

- a) computador local para um servidor; e área de informação dentro do website que serve para cadastrar veículo de comunicação de massa e jornalistas para ter acesso ao banco de dados multimídia que contém todo tipo de informação sobre o que acontece com a empresa.
- b) servidor para um computador local; e um conjunto de espaços de informação digitais destinado a vários públicos da empresa, com conteúdos verticais e com ferramentas de relacionamento como fóruns, pesquisas online sérias e chats.
- c) computador local para um servidor; e área de conteúdos verticais, fixa ou flutuante, produzidos para portais com objetivo de atrair um público específico e que abordam de forma detalhada um tema específico, com tom essencialmente informativo.
- d) servidor para um computador local; e uma área do website para postar uma enquete ou qualquer outro tipo de pesquisa que possa colher dados de forma não presencial.
- e) computador local para um servidor; e área de comunicação no website, com vida útil determinada, para uma ação específica, com tom persuasivo, utilizado para lançamentos de produtos ou serviços e para eventos.

**40**

Que tipo de licença permite apropriação de *software* de forma gratuita, na internet, para produzir qualquer veículo de comunicação externa digital?

- a) Licença creative commons.
- b) Licença shareware.
- c) Licença open source.
- d) Licença freeware.
- e) Licença careware.

**41**

Para Margarida Kunsch (Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada, 2003, p.308), auditoria de imagem é:

- a) Verificar e avaliar o que pensam os públicos sobre a empresa, sobre seus produtos ou serviços, sobre sua reputação financeira, sobre o valor de sua marca e sobre a valorização de seus recursos humanos, após publicação de informações na mídia.
- b) Obter informações significativas de públicos-líderes sobre como estão as relações entre a empresa e seus públicos interno e externo e o que estes pensam a respeito dessas relações e da atuação da empresa na sociedade, após a execução de ações de comunicação.
- c) Examinar, avaliar, solucionar problemas, reorganizar e melhorar o sistema de comunicação de uma empresa, visando otimizar o desempenho de suas práticas comunicacionais em vigência.
- d) Conhecer o conjunto de opiniões institucionais e não-institucionais, ainda sem visibilidade para a empresa, que está circulando no espaço público sobre um assunto que afeta toda a sociedade e no qual a empresa está envolvida direta ou indiretamente e que afeta sua reputação pública.
- e) Conhecer a opinião de públicos específicos sobre a empresa, sobre fatos ou acontecimentos que atinjam somente a esses públicos e o nível de satisfação no relacionamento com a empresa, antes de elaborar determinado tipo de planejamento em relações públicas.

**42**

A gestão estratégica de fluxos informacionais da empresa, na prática, corresponde à

- a) criação de espaços de livre interação, promoção de diálogo, negociação entre os públicos e avaliação do processo de relacionamento entre a empresa e seus públicos.
- b) construção de mensagens factuais, interpretativas e opinativas, criação de espaços de acessibilidade a essas informações, operacionalização da distribuição dessas informações, monitoramento dessas etapas e avaliação do processo de recepção.
- c) disseminação de informações subjetivas sobre a empresa, relativamente verídicas, junto aos meios de comunicação de massa, com a possibilidade de interação mútua entre o veículo e a sua audiência.
- d) utilização de pesquisas de opinião para construção de programas de comunicação que, virtualmente, produzam um bom clima organizacional.
- e) solução de conflitos, produção de mensagens administrativas unilaterais, estabelecimento de diálogo e colaboração através de contatos pessoais e presenciais e materialização de metas de comunicação decididas pela direção da empresa.

**43**

O *blog* corporativo tem sido estratégico para várias empresas públicas, quando se trata de expor seus negócios totalmente ou parcialmente na *Web*. O *blog* corporativo possui classificação de acordo com sua finalidade e está direcionado para os públicos interno e externo. Desta forma, o *blog* corporativo que aproxima colaboradores e diretorias através de uma comunicação direta sobre gestão de mudanças, sobre integração de empregados, com distribuição de notícias interna, onde, segundo Fábio Cipriani (Blog Corporativo, 2008, p. 52), os empregados escreverão e passarão a se sentir mais envolvidos com a empresa, ficando alinhados mais facilmente com a estratégia da empresa, devido ao canal aberto e ao espaço criado para comentários, é denominado de *blog* de

- a) Gestão de Projetos.
- b) Comunicação e Marketing.
- c) Veículos de Comunicação.
- d) Gestão do Conhecimento.
- e) Relações Públicas e Comunicação Interna.

**44**

Ao elaborar qualquer campanha com o interesse de persuadir o público sobre os bons valores, a importância da missão, a natureza da cultura de uma organização, com o objetivo de provocar a percepção do outro sobre a organização e, conseqüentemente, a construção de uma imagem positiva, que componentes do processo de comunicação persuasiva o relações públicas deve considerar fundamental?

- A fonte, a mensagem, o público-alvo e o efeito.
- A fonte, o canal, a mensagem e o efeito.
- A mensagem, o canal, o veículo e o efeito.
- O canal, a mensagem, o público-alvo e o efeito.
- A linguagem, o canal, a fonte e o custo.

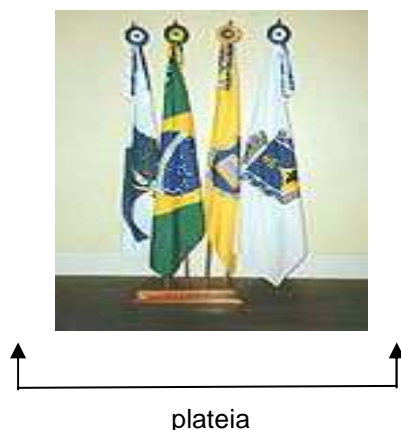
**45**

No cerimonial, a ficha confeccionada em papel cartão, nas medidas 5 X 4,5 cm, contendo o nome e o logotipo da organização, e que é usada para anotar os nomes das autoridades que chegam à cerimônia, podendo também ser utilizada pelos componentes da mesa que farão uso da palavra, denomina-se

- cartão de honra.
- insígnia.
- nominália.
- nominata.
- cartão protocolar.

**46**

No exemplo abaixo, em qual posição da panóplia se coloca a bandeira do Estado?



- Na primeira posição, da esquerda para a direita, na perspectiva da plateia.
- Ao lado esquerdo da bandeira brasileira, na perspectiva da plateia.
- Na quarta posição, da esquerda para a direita, na perspectiva da plateia.
- Na segunda posição, da esquerda para a direita, na perspectiva da plateia.
- Ao lado direito da bandeira brasileira, na perspectiva da plateia.

**47**

Qual a sequência racional e correta do processo de relações públicas?

- Planejamento → Pesquisa → Ação e Controle → Auditoria → Avaliação .
- Planejamento → Ação e Controle → Pesquisa → Avaliação → Auditoria.
- Pesquisa → Planejamento → Ação e Controle → Avaliação → Auditoria.
- Avaliação → Pesquisa → Planejamento → Ação e Controle → Auditoria.
- Ação e Controle → Auditoria → Pesquisa → Planejamento → Avaliação.

**48**

O instrumento que o profissional de relações públicas utiliza para controlar cada passo da execução de uma ação de comunicação é chamado de

- check list.*
- mailing list.*
- follow up.*
- press kit.*
- clipping.*

**49**

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, é vedado a esse profissional:

- Colaborar com cursos de formação de profissionais em Relações Públicas, notadamente ao aconselhamento e orientação aos futuros profissionais.
- Utilizar qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes que, privando a pessoa do seu livre arbítrio, lhe tirem a responsabilidade de seus atos.
- Permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis.
- Fixar, por escrito, antes do início de qualquer trabalho a ser realizado, seus honorários ou salário.
- Guardar sigilo das ações que lhe forem confiadas em razão do seu ofício, podendo revelar assuntos que só dizem respeito a seu empregador.

Estão **CORRETAS**:

- As afirmativas I, II, III, IV e V.
- Apenas as afirmativas II e III.
- Apenas as afirmativas I, IV e V.
- Apenas as afirmativas II, III e IV.
- Apenas as afirmativas III e IV.

**50**

Uma entidade pública responsável pelo desenvolvimento de políticas públicas para inclusão digital acaba de enfrentar uma série de denúncias sobre desvio de verbas de um de seus projetos, ganhando um grande espaço de cobertura na mídia nacional. Sua assessoria de comunicação convocou a imprensa para divulgar informações sobre o processo de investigação administrativa e o afastamento dos supostos culpados de suas funções, tentando gerir a crise que se instalou. Diante dessa situação, qual das funções de relações públicas tornou-se essencial para esta assessoria?

- a) Função de planejamento.
- b) Função estratégica.
- c) Função política.
- d) Função mediadora.
- e) Função administrativa.

**51**

Em uma solenidade oficial do Ministério das Cidades, o mestre de cerimônia, respeitando a ordem de precedência, cita todos os governadores de estado. Em que ordem o governador do Estado de Goiás é citado?

- a) Ele é o oitavo a ser citado.
- b) Ele é o nono a ser citado.
- c) Ele é o sétimo a ser citado.
- d) Ele é o décimo a ser citado.
- e) Ele é o décimo primeiro a ser citado.

**52**

De acordo com o Decreto Nº 70.274/1972 (Normas de Cerimonial Público), quem deve determinar a colocação de autoridades que não constem na Ordem Geral de Precedência, na mesa de abertura de uma solenidade oficial?

- a) O chefe do Executivo.
- b) O chefe do Cerimonial.
- c) O anfitrião do evento.
- d) O homenageado do evento.
- e) O chefe da empresa de recepção.

**53**

Segundo Marlene Marchiori (Cultura e Comunicação Organizacional, 2006, p.168), dentre as três perspectivas de posicionamento estratégico de uma organização, existe a perspectiva adaptativa, que no paradigma europeu gerou o modelo de relações públicas reflexiva. Esta perspectiva consiste em, entender estratégia como

- a) o “saber fazer”, tornando todos os membros da organização competentes comunicacionalmente para responder melhor às demandas da sociedade.
- b) uma metodologia que contribui para o processo de tomada de decisão e visa alcançar os objetivos predeterminados pela cúpula da organização.
- c) a forma de gestão onde é valorizada a visão de mundo do público interno e, a partir dela, as interpretações das mudanças ambientais e o gerenciamento das situações.
- d) meio pelo qual as organizações respondem à natureza da mudança do seu meio ambiente, analisando mudanças de padrões, valores e pontos de vista da sociedade .
- e) sistematização do trabalho cotidiano que se mantém atualizado tecnologicamente.

**54**

Quando a assessoria de comunicação decide produzir uma campanha institucional para veiculação na TV, o planejador de mídia utiliza uma forma para calcular o peso da relação alcance e frequência da mensagem no período de uma semana ou um mês, para sugerir qual o melhor horário e a melhor emissora para essa divulgação. Esse cálculo recebe a sigla de

- a) CPM.
- b) GRP.
- c) CDI.
- d) BDI.
- e) TRP.

**55**

Há um produto de comunicação que se situa entre o livro e o folheto, composto de 10 a 40 páginas, e que requer um cuidadoso planejamento desde a confecção à entrega. Nele o texto predomina sobre a ilustração, porém resumido o máximo possível, recomenda-se o uso de policromia para estimular o leitor e dar força ao texto e serve para remeter informação técnica, regulamentos internos, benefícios, divulgar ideias ou filosofia da organização para os seus funcionários. Esse produto, utilizado também em campanhas educativas ou informativas internas, é

- a) o panfleto.
- b) o folheto.
- c) a mala direta.
- d) o folder.
- e) a cartilha.

**56**

Relações Públicas no ambiente governamental busca com sua competência: viabilizar o acesso à comunicação pública a amplos setores; favorecer e preservar a livre discussão de ideias e o confronto argumentativo delas; observar e garantir a regra de paridade argumentativa entre os participantes do processo de comunicação. Isso só é possível no espaço onde há democracia e cidadania, preservando o interesse público e o equilíbrio social. Esse espaço é chamado de

- a) espaço organizacional.
- b) espaço privado.
- c) espaço institucional.
- d) espaço social.
- e) espaço público.

**57**

Um modelo de gestão pública que acrescenta à sua dinâmica a negociação, a comunicação e a confiança, e que fortalece cada vez mais a cooperação entre cidadãos, empresas e organizações sem fins lucrativos na condução das ações governamentais, tem valorizado o trabalho de relações públicas, entendendo-o como aquele que estimula e possibilita, pelo processo de comunicação, a cooperação entre os atores públicos, comunitários e privados. Esse modelo de gestão denomina-se

- a) governança institucional.
- b) governança corporativa.
- c) governança comunitária.
- d) governança pública.
- e) governança organizacional.

**58**

Das espécies normativas, que compõem a legislação de relações públicas, qual dispõe sobre a constituição do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Profissionais de Relações Públicas?

- a) Decreto-Lei nº 860, de 11 de setembro de 1969.
- b) Lei nº 7.197, de 14 de junho de 1984.
- c) Decreto-Lei nº 63.283, de 26 de setembro de 1968.
- d) Resolução Normativa nº 04, de 23 de fevereiro de 1987.
- e) Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967.

**59**

O profissional de relações públicas que passa em um concurso para atuar em empresa pública executora, fará parte do quadro de pessoal de que tipo de organização pública?

- a) De uma entidade fundacional.
- b) De um órgão independente.
- c) De uma entidade paraestatal.
- d) De um órgão autônomo.
- e) De uma entidade autárquica.

**60**

A Política de Comunicação de um órgão ou entidade pública é um instrumento

- a) de planejamento de caráter geral e abrangente que deve ser executado a longo prazo.
- b) orientador e normativo, concebido para sistematizar as ações de comunicação.
- c) de planejamento que está diretamente relacionado com a logística de implantação das ações de comunicação.
- d) de avaliação que coleta informações sobre os resultados das ações de comunicação implementadas.
- e) de auditoria que visa identificar desvios e disfunções das ações de comunicação implementadas.



## • ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO DA PROVA DISCURSIVA

1. A Prova Discursiva constará de uma questão dissertativa e de uma peça técnica. Deverá ser manuscrita na Folha de Resposta, em letra legível, no espaço delimitado para as respostas da questão dissertativa e da peça técnica. A Folha de Resposta para as questões discursivas fornecida pela Coordenação do Concurso Público, será numerada e codificada, sendo o único documento válido para a correção.
2. O candidato deverá, obrigatoriamente, elaborar as questões discursivas com caneta esferográfica de tinta preta e corpo transparente, no espaço indicado, sendo vedado o uso de caneta com tinta de cor diversa ou de instrumento de escrita com grafite (lápiz, lapiseira etc.).
3. As anotações feitas a lápis ou com caneta, fora das especificações indicadas no Item 2, não serão consideradas pela Banca Examinadora, para efeito de correção da Prova Discursiva.
4. Na correção da Prova Discursiva serão considerados o conteúdo, a capacidade de estruturação lógica, a técnica, a coerência, a fundamentação, a gramática padrão e o conhecimento do conteúdo específico abordado, de acordo com os critérios estabelecidos no Anexo V do Edital do Concurso.
5. A Folha de Resposta da Prova Discursiva não deverá ser assinada, rubricada ou conter qualquer palavra ou marca que possa identificar o candidato, sob pena de anulação da prova, atribuindo-se nota 0 (zero) à mesma.
6. Qualquer desenho, recado, orações ou mensagens, nomes ou suas abreviações, apelido, pseudônimo ou rubrica, colocados na Folha de Resposta da Prova Discursiva serão considerados elementos de identificação do candidato.
7. É de responsabilidade do candidato destacar a sua identificação da Folha de Resposta da Prova Discursiva, no ato da devolução desta ao Fiscal de Sala, sob pena de anulação da respectiva prova, atribuindo-se nota 0 (zero) à mesma.
8. Serão corrigidas somente as redações dos candidatos não eliminados nos termos dos subitens 6.14.6.9 e 6.14.7.2, do Edital do concurso.

## • PROVA DISCURSIVA

### **1ª Questão**

Estabeleça, com clareza e objetividade, a diferença entre cultura organizacional, identidade organizacional, imagem organizacional e reputação organizacional.

### **2ª Questão**

A falta de compreensão da população do Estado de Goiás sobre o programa Moradia Digna, levou a Agência Goiana de Habitação (AGEHAB) a investir em uma ampla e cara campanha de informação e conscientização sobre o programa. Para lançar a campanha, a presidente da AGEHAB solicitou à sua gerência de comunicação que realizasse uma entrevista coletiva, de tal forma que ela pudesse explicar a campanha. A gerência de comunicação designou um relações públicas para planejar a entrevista coletiva, ou seja, você. Nesta situação, elabore o planejamento da entrevista coletiva (etapas pré-coletiva, a coletiva propriamente dita e a etapa pós-coletiva) com todos os detalhes que esse tipo de evento exige.



**RASCUNHO**

RASCUNHO