



COMANDO DA AERONÁUTICA
DEPARTAMENTO DE ENSINO
CENTRO DE INSTRUÇÃO E ADAPTAÇÃO DA AERONÁUTICA

CONCURSO DE ADMISSÃO AO EAOT 2003

PROVA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

CÓDIGO 17 - VERSÃO A

ATENÇÃO: ABRA ESTA PROVA SOMENTE APÓS RECEBER ORDEM.

DATA DE APLICAÇÃO: 28 DE JANEIRO DE 2003.

PREENCHA OS DADOS ABAIXO.

NOME DO CANDIDATO: _____

INSCRIÇÃO Nº: _____

LEIA COM ATENÇÃO:

- 1) ESTA PROVA CONTÉM 40 QUESTÕES OBJETIVAS. CONFIRA SE SUA PROVA ESTÁ COM TODAS AS QUESTÕES IMPRESSAS E SE SÃO PERFEITAMENTE LEGÍVEIS;
- 2) CONFIRA SE A VERSÃO DA PROVA CORRESPONDE À VERSÃO MARCADA NO CARTÃO-RESPOSTA;
- 3) PREENCHA CORRETA E COMPLETAMENTE TODOS OS CAMPOS DO CARTÃO-RESPOSTA (INCLUSIVE O CÓDIGO DA PROVA) COM CANETA DE TINTA PRETA OU AZUL;
- 4) NÃO SE ESQUEÇA DE ASSINAR O CARTÃO-RESPOSTA NO LOCAL INDICADO PARA ASSINATURA;
- 5) A PROVA TERÁ A DURAÇÃO DE 03 (TRÊS) HORAS, ACRESCIDAS DE MAIS 10 (DEZ) MINUTOS PARA PREENCHIMENTO DO CARTÃO-RESPOSTA; E
- 6) SOMENTE SERÁ PERMITIDO RETIRAR-SE DO LOCAL DE PROVA A PARTIR DA METADE DO TEMPO PREVISTO.

BOA PROVA!

- 01 - Considerando as principais Teorias da Comunicação relacionadas por Mauro Wolf, assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas abaixo.
- I- Defende que, em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou desconsidera, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Trata-se da hipótese de/da _____.
- II- Há uma tendência ao silêncio quando o indivíduo, por isolamento, não expressa sua opinião, especialmente se minoritária. É a hipótese de/da _____.
- III- Sua abordagem articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. As conexões e as relações existentes entre os dois aspectos constituem o ponto central deste estudo. Trata-se da hipótese de/da _____.
- IV- Os meios de comunicação, ao imporem os temas da agenda pública e ao indicarem o enfoque a ser dado a estes, tornam-se decisivos na construção e imposição da opinião dominante. É a hipótese de/da _____.
- a) *gatekeeping* / teoria da cultura de massa / *newsmaking* / espiral do silêncio
 b) *agenda-setting* / espiral do silêncio / *gatekeeping* / teoria da cultura de massa
 c) *gatekeeping* / espiral do silêncio / *newsmaking* / teoria da cultura de massa
 d) *agenda-setting* / espiral do silêncio / *newsmaking* / espiral do silêncio
- 02 - Estão citados abaixo alguns dos principais conceitos relacionados ao campo da comunicação. Considerando-se esses conceitos, enumere a 2ª coluna de acordo com a 1ª e, a seguir, assinale a alternativa correta.
- 1 - Conceito biológico
 2 - Conceito pedagógico
 3 - Conceito histórico
 4 - Conceito sociológico
 5 - Conceito psicológico
- () Única forma de sobrevivência social solidificada através da cooperação e da coexistência.
 () Fenômeno capaz de modificar o comportamento do indivíduo.
 () Ato de exprimir e transmitir o que se registra ou se passa no sistema nervoso do indivíduo.
 () Processo de transmissão de experiências e ensinamentos.
 () É o fato marcante através do qual os seres se encontram em união com o mundo.
- a) 3,5,1,2,4.
 b) 2,5,3,1,4.
 c) 5,4,2,3,1.
 d) 3,1,4,5,2.
- 03 - De acordo com Juan Díaz Bordenave, "razões internas e externas podem levar duas pessoas a se comunicarem. Embora a fase visível da comunicação possa ser iniciada por uma delas, sua decisão de comunicar pode ter sido provocada pela outra, ou por uma terceira pessoa, presente ou ausente, ou por muitas causas coincidentes". Levando-se em consideração a afirmativa acima, é correto afirmar que
- a) o processo de comunicação começa na elaboração da idéia e termina com a reelaboração da mensagem pelo emissor.
 b) a comunicação é um processo multifacético que ocorre simultaneamente nos níveis consciente, subconsciente e inconsciente.
 c) as fases de uma comunicação formam uma seqüência linear de emissão de mensagens.
 d) a pulsação vital, a decodificação, a seleção, a interpretação, a análise, a recepção e a individualização são identificadas como fases do processo de comunicação.
- 04 - "O Comandante da Aeronáutica anunciou, ontem, em Brasília, a compra dos novos aviões ALX que vão substituir os antigos aviões Mirage".
- O texto acima exemplifica a seguinte função da comunicação:
- a) instrumental.
 b) informativa.
 c) expressão pessoal.
 d) heurística.
- 05 - As atividades dos meios de comunicação de massa podem exercer, a longo prazo, algumas funções e, também, disfunções. Relacione as funções da 1ª coluna à sua correspondente disfunção e, a seguir, assinale a alternativa correta.
- 1 - Encorajadores de uma imensa informação sobre o presente
 2 - Difundem por todo o globo uma "cultura" tipo "homogêneo"
 3 - Conservadores
 4 - Niveladores
 5 - Reforçam as normas sociais explícitas ou implícitas
- () Homologam somente o que já foi assimilado.
 () Destroem as características culturais próprias de cada grupo etário.
 () Não provocam nenhum esforço por parte do fruidor.
 () Entorpecem toda consciência histórica.
 () exercem pressão para que se estabeleça uma moral única.
- a) 4,3,5,2,1.
 b) 3,2,4,1,5.
 c) 3,5,1,4,2.
 d) 5,4,2,3,1.
- 06 - Com relação aos efeitos do *mass media*, é correto afirmar que
- a) a estrutura monoestratificada das mensagens reflete a estratégia de manipulação da indústria cultural.
 b) compõem-se também de vários significados sobrepostos uns aos outros.
 c) as relações entre os diversos níveis das mensagens são casuais e privadas de finalidade.
 d) são a soma total das ações que descrevem ou das mensagens que essas ações irradiam, desvinculadas de outros significados.

07 - Gaudêncio Torquato orienta que, para reordenar o processo tradicional de comunicação, faz-se necessário um bom planejamento de comunicação. Com relação às características desse planejamento, considere os itens abaixo:

- I. Auscultar os comportamentos psicossociais.
- II. Descobrir as tendências dos grupos.
- III. Abandonar o surrado refrão da ética negocial.
- IV. Ajustar as estratégias mercadológicas e institucionais.

Estão corretos os itens

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

08 - Correlacione a 2ª coluna de acordo com a 1ª. Em seguida, marque a alternativa que corresponde à seqüência correta.

- 1- Análise
- 2- Adaptação
- 3- Ativação
- 4- Avaliação

- () Conjunto de medidas destinadas a fazer com que o produto atinja os mercados pré-definidos e seja adquirido pelos compradores com a freqüência desejada.
- () Propõe-se a exercer controles sobre os processos de comercialização e de interpretar os seus resultados a fim de racionalizar os futuros processos de Marketing.
- () Intuíto de ajustar a oferta da empresa – ou seja, as suas linhas de produtos e/ou serviços – às forças externas detectadas.
- () Serve para compreender as forças vigentes no mercado em que opera ou pretende operar a empresa no futuro.

- a) 4,1,2,3.
- b) 3,4,2,1.
- c) 3,1,2,4.
- d) 4,2,3,1.

09 - Sobre as zonas de visualização da página impressa, considere as afirmativas abaixo, marcando **V** (verdadeiro) ou **F** (falso). Em seguida, assinale a alternativa que contém a seqüência correta.

- () A zona primária situa-se na parte inferior direita da página.
- () As partes superior direita e a inferior esquerda são consideradas zonas mortas, áreas de menor foco visual. Logo, requerem um estudo profundo para sua valorização.
- () O centro geométrico de uma página é o primeiro visual apreendido por quem manipula uma peça impressa, proporcionando possibilidades de deslocamento dentro de um *lay-out*.
- () O centro óptico situa-se acima do centro geométrico.
- () A zona secundária é para onde se move a vista em uma diagonal de leitura a partir da zona primária.
- () As fotografias são os elementos que mais atraem a atenção do leitor.

- a) V,F,V,V,V,F.
- b) V,V,F,F,F,V.
- c) F,V,V,F,F,V.
- d) F,V,F,V,V,V.

10 - De acordo com a Constituição Federal de 1988, analise as afirmativas abaixo:

- I- 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.
- II- A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, pornografia, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais e conterà, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso e consumo.
- III- O prazo de concessão ou permissão será de quinze anos para as emissoras de rádio e vinte para as de televisão.
- IV- Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.
- V- A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Estão corretos somente os itens:

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

11 - Segundo o "Quadro de Funções Gerais e Específicas de Relações Públicas", são funções básicas:

- a) assessoramento e pesquisa.
- b) projeção e avaliação.
- c) "*clipping*" e assessoramento.
- d) execução e projeção.

12 - Quanto aos serviços de recorte de jornais e revistas, como atividade preparativa para a comunicação na área de Relações Públicas, considere os itens abaixo:

- I- Detectar fontes de rumores ou o início de um processo de agitação.
- II- Mostrar o nível da opinião pública e a indicação de pontos mal compreendidos de um assunto controverso e de amplo interesse.
- III- Manter o alto escalão administrativo da empresa informado sobre assuntos de interesse geral, preparando-os para reuniões sociais da empresa.
- IV- Obter uma visão dos resultados de uma campanha de propaganda.

São corretas

- a) apenas duas das afirmações, quaisquer que sejam elas.
- b) apenas I, II e IV.
- c) apenas II, III e IV.
- d) as afirmações I, II, III e IV.

- 13 - Para Canfield, Relações Públicas são também funções pelas quais a administração confere autoridade, fixa responsabilidades por atividades específicas e assegura a coordenação e integração de atividades do pessoal ligado à empresa.
Nesse caso, Relações Públicas, por sua natureza, está sendo compreendida como
- filosofia da administração.
 - função administrativa.
 - técnica de comunicação.
 - filosofia de comunicação.
- 14 - Com relação à opinião pública, considere as afirmações abaixo:
- A opinião pública é, simplesmente, um conjunto de opiniões individuais das pessoas que não se deixam influenciar pelo grupo.
 - Para ser verdadeiramente "opinião pública", o ponto de vista do grupo deve ser a expressão da minoria, tanto quanto da maioria.
 - A expressão "opinião pública" somente pode ser aplicada para designar a opinião do grupo sobre assuntos não controversos.
 - O público que tem ao seu dispor as informações completas sobre determinado problema será o mais apto a apresentar a opinião mais esclarecida sobre o mesmo.
 - A boa argumentação de líderes tem maior influência sobre o homem comum que não dispõe de todas as informações relativas aos problemas que tem para enfrentar.
- São corretos somente os itens
- I, II, III e IV.
 - I, III e IV.
 - II, IV e V.
 - IV e V.
- 15 - Segundo Philip Lesly, o termo "pesquisa de relações públicas" é normalmente usado para significar uma série de funções. Com relação à essa série de funções, analise os itens abaixo:
- Encontrar as informações relativas a um assunto em particular e na medida do necessário.
 - Fazer com que as informações apropriadas cheguem às mãos corretas.
 - Arquivar as informações relativas a um assunto em particular e na medida do necessário.
- Pode-se afirmar que é(são) correta(s)
- apenas uma das afirmações.
 - apenas I e II.
 - apenas II e III.
 - I, II e III.
- 16 - Consiste no levantamento das atitudes e opiniões acerca de determinado assunto, junto a um conjunto instável e heterogêneo de indivíduos cujos interesses comuns são atingidos pelas ações de uma instituição e cujos atos afetam direta ou indiretamente os interesses da organização.
- Essa afirmação diz respeito à pesquisa de
- motivação.
 - marketing.
 - copy.
 - opinião.
- 17 - A boa técnica de Relações Públicas recomenda que a cada pronunciamento público que um executivo de determinada organização faça aos jornalistas, deve-se
- distribuir brindes da organização em questão.
 - distribuir material escrito relativo ao pronunciamento.
 - oferecer aos jornalistas um *coffee-break* após o pronunciamento do executivo.
 - verificar, por meio de um assessor, se cada jornalista anotou corretamente os assuntos do pronunciamento.
- 18 - A diferença fundamental que existe entre uma publicação informativa da grande imprensa e a de um jornal empresarial é/são:
- sua publicidade.
 - seu estilo redacional.
 - suas matérias detalhadas.
 - seu tom positivo, sem críticas.
- 19 - Com relação à comunicação dirigida escrita na imprensa, analise os itens abaixo:
- O ofício é quase que exclusivamente utilizado no serviço público, na comunicação entre chefias e com o público externo, não se caracterizando, portanto, como um instrumento de Relações Públicas.
 - O quadro de avisos será um eficiente veículo de comunicação interna se for colocado numa posição estratégica, se a apresentação física for atraente, e se as matérias permanecerem expostas por, no mínimo, quinze dias.
 - O valor do cartaz bem elaborado está na atração que ele exerce pelo visual, devendo ser utilizado, prioritariamente, para transmitir informações complementares de uma campanha ao público externo.
 - A caixa de sugestões foi criada para incentivar a criatividade dos funcionários na contribuição com idéias para aperfeiçoar o trabalho que desenvolvem. Entretanto, se a retribuição à colaboração não for julgada justa pelo funcionário, quem perde são as Relações Públicas internas da empresa.
 - O "teaser" pode vir em forma de texto, "outdoor" ou pequenos cartazes com seqüência de frases, e o seu aproveitamento para Relações Públicas é tanto para o público externo como para o público interno.
- São corretos somente os itens
- I, II, III e IV.
 - I, II e III.
 - I e IV.
 - IV e V.
- 20 - De acordo com Philip Lesly, utilizando-se o método por amostragem independente em pesquisa de opinião pública, as entrevistas são conduzidas de quatro maneiras. Dentre elas podem-se destacar:
- entrevista por telefone, entrevista por correio e comitês consultivos.
 - entrega pessoal, entrevista por correio e entrevistas pessoais.
 - grupos de focalização, comitês consultivos e entrega pessoal.
 - análise de cartas e telefonemas, grupos de focalização e entrevistas pessoais.

- 21 - Relacione a 2ª coluna de acordo com a 1ª.
- 1ª coluna**
1 - Comunicação direta.
2 - Comunicação indireta.
3 - Comunicação oral.
4 - Jornal empresarial.
- 2ª coluna**
() Instrumento decisivo de comunicação entre a empresa e seus empregados.
() Circulares, relatórios, memorandos e convites.
() Murais, cartazes e exposições.
() Palestras, reuniões de grupo e seminários.
- A seqüência correta é
- a) 4,1,2,3.
b) 3,1,4,2.
c) 3,2,1,4.
d) 4,3,2,1.
- 22 - De acordo com Dorothy Doty, uma visita a uma instituição pode se tornar divulgação jornalística quando
- a) o visitante tratar-se de uma grande autoridade ou celebridade.
b) houver um número expressivo de expectadores do evento.
c) o visitante declarar algo de grande interesse para a comunidade.
d) a visita for noticiada pela mídia.
- 23 - Um plano de divulgação jornalística deve ser
- a) simples, flexível e genérico.
b) específico, simples e flexível.
c) detalhado, genérico e completo.
d) inflexível, detalhado e ambicioso.
- 24 - A ordem de precedência no âmbito militar é regulamentada pela lei n.º 6.880, de 9 de dezembro de 1980, que tem como princípio o/a
- a) função que ocupa.
b) maior idade na mesma patente.
c) grau hierárquico.
d) nenhuma das anteriores.
- 25 - Segundo Sara Gomes, é(são) função(ões) do mestre-de-cerimônias:
- a) ordenar e orientar a cerimônia.
b) preparar o "check list".
c) receber os convidados.
d) presidir as cerimônias.
- 26 - Assinale a alternativa que **MELHOR** define um evento de grande porte, com objetivo de estudar e discutir diversos temas de uma determinada área de atuação.
- a) Congresso
b) Fórum
c) Encontro
d) Convenção
- 27 - Em termos de organização, o estudo do local onde será realizado um evento constitui uma
- a) atividade preparatória.
b) tarefa fora da responsabilidade do organizador do evento.
c) atividade final dentro do planejamento.
d) tarefa de competência exclusiva da direção da empresa.
- 28 - Assinale a alternativa que constitui item na **apresentação** de um projeto.
- a) Políticas de Relações Públicas em relação a seus públicos.
b) Recursos humanos necessários.
c) Dados para avaliação do projeto.
d) Descrição sumária dos objetivos e das características principais do projeto.
- 29 - A avaliação quantitativa só **NÃO** pode ser feita pelo número de
- a) visitantes às instalações.
b) brindes distribuídos.
c) matérias publicadas pela imprensa.
d) "house-organs" recebidos de outras empresas.
- 30 - São partes das ações e/ou atitudes de execução de um planejamento de Relações Públicas, **EXCETO**:
- a) estar atento à harmonia grupal.
b) executar e colocar em ação o que foi planejado.
c) controlar e avaliar esporadicamente todas as etapas de execução.
d) não hesitar em alterar o planejamento, quando houver dúvida quanto à viabilidade da execução.
- 31 - O cronograma, dentro das atividades que envolvem o planejamento e a execução de um evento, é importante porque
- a) define local e data e cadastramento de participantes.
b) facilita o controle e o desenvolvimento das atividades necessárias.
c) relaciona os recursos necessários, tais como: convites, folhetos, cartazes, fotografias, etc.
d) prevê todo o trabalho de relacionamento com a imprensa e a distribuição de material promocional.
- 32 - Na fase de pré-elaboração de um jornal empresarial, deve ser considerada a
- a) paginação.
b) tiragem.
c) revisão.
d) diagramação.
- 33 - As várias atividades de Relações Públicas, como campanhas, promoções e eventos, seguem etapas cujo conjunto é chamado de processo de Relações Públicas. Essas etapas são:
- a) diagnóstico, planejamento, orçamento, execução e avaliação.
b) diagnóstico, pesquisa, planejamento e execução.
c) planejamento, diagnóstico, execução e avaliação.
d) planejamento, execução e avaliação.

- 34 - No que tange à avaliação de resultados de divulgação pela imprensa, uma avaliação quantitativa leva em consideração o/a
- prestígio do veículo.
 - localização da matéria dentro do jornal.
 - tamanho dos títulos.
 - volume de matéria publicada.
- 35 - Em que fase do planejamento é definida uma situação-problema?
- Estratégias e programas de ação.
 - Orçamento.
 - Controle.
 - Diagnóstico.
- 36 - Considere as duas definições e, a seguir, assinale a alternativa correta.
- “Objetivo de uma empresa consiste na idéia que permite pôr em prática a filosofia geral expressa na missão corporativa e organiza os esforços da empresa na direção desejada”.
 - “As metas são resultados finais atingíveis dentro de determinado prazo”.
- Somente a 1ª está correta.
 - Somente a 2ª está correta.
 - Ambas estão corretas.
 - Ambas estão incorretas.
- 37 - Relacione a 2ª coluna de acordo com a 1ª.
- 1ª coluna**
- Planejamento
 - Plano
 - Programa
 - Projeto
- 2ªcoluna**
- É o instrumento do processo de planejamento que procura demonstrar a melhor alocação de recursos, no tempo e no espaço, para um conjunto homogêneo de metas estabelecidas.
 - É o processo pelo qual o dirigente olha o futuro e descobre as possibilidades de alternativas que se oferecem.
 - Reunião de dados racionais que viabilizam o processo de tomada de decisões e implicam investimentos.
 - Conjunto de providências a serem tomadas para se atingir as metas estabelecidas. Geralmente indica o que, onde, como, porque e quando.
- A seqüência correta é
- 3,1,4,2.
 - 4,1,3,2.
 - 4,2,1,3.
 - 3,2,1,4.
- 38 - De acordo com a Lei nº 5.377, de 11 dez 67, considera-se atividade específica de Relações Públicas a que diz respeito
- ao planejamento, à coordenação e à execução de estudos mercadológicos.
 - à assessoria de imprensa.
 - ao controle e ao arquivo de informações.
 - ao planejamento e à execução de campanhas de opinião pública.
- 39 - Considerando o que prevê o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, assinale **V** para verdadeiro e **F** para falso.
- As normas do Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas são aplicadas somente às pessoas físicas que exerçam a atividade profissional de Relações Públicas.
 - As infrações a esse Código de Ética profissional poderão acarretar penalidades várias, desde multa até cassação de Registro Profissional.
 - Compete ao Conselho Federal formar jurisprudência quanto aos casos omissos, ouvindo os Regionais, e fazê-la incorporar a esse Código.
 - Cumprir e fazer cumprir esse Código é dever somente dos Conselhos Regionais.
- Assinale a seqüência correta.
- F, V, V, V.
 - V, F, V, F.
 - F, V, V, F.
 - V, V, F, V.
- 40 - É vedado ao profissional de Relações Públicas:
- Limitar o número de seus clientes às condições de trabalho.
 - Dar ao cliente informações concernentes ao trabalho a ser realizado, definindo bem seus compromissos e responsabilidades, a fim de que ele possa decidir-se pela aceitação ou recusa da proposta dos serviços profissionais.
 - Atender clientes concorrentes, sem prévia autorização das partes atendidas.
 - Sugerir ao cliente serviços de outros colegas sempre que se impuser a necessidade de prosseguimento dos serviços prestados, e estes, por motivos ponderáveis, não puderam ser continuados por quem os assumiu inicialmente.

