



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

EDITAL Nº 04/2013 - SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO - SEPLAG

NÍVEL SUPERIOR

COMUNICAÇÃO SOCIAL

NOME DO CANDIDATO

ASSINATURA DO CANDIDATO

RG DO CANDIDATO

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO

INSTRUÇÕES GERAIS

- I. Nesta prova, você encontrará 06 (seis) páginas numeradas sequencialmente, contendo 50 (cinquenta) questões correspondentes às seguintes disciplinas: Língua Portuguesa (08 questões) e Raciocínio Lógico (05 questões), Gestão Pública (03 questões), Noções de Direitos Humanos (02 questões), Código de Ética e Estatuto do Servidor Público do Estado de Minas Gerais (02 questões), Conhecimentos Específicos (30 questões) e um tema para redação.
II. Verifique se seu nome e número de inscrição estão corretos no cartão de respostas. Se houver erro, notifique o fiscal.
III. Assine e preencha o cartão de respostas nos locais indicados, com caneta azul ou preta.
IV. Verifique se a impressão, a paginação e a numeração das questões estão corretas. Caso observe qualquer erro, notifique o fiscal.
V. Você dispõe de 5 (cinco) horas para fazer esta prova. Reserve os 20 (vinte) minutos finais para marcar o cartão de respostas.
VI. O candidato só poderá retirar-se do setor de prova 1 (uma) hora após seu início.
VII. O candidato não poderá levar o caderno de questões. O caderno de questões será publicado no site do IBFC, no prazo recursal contra gabarito.
VIII. Marque o cartão de respostas cobrindo fortemente o espaço correspondente à letra a ser assinalada, conforme o exemplo no próprio cartão de respostas.
IX. A leitora óptica não registrará as respostas em que houver falta de nitidez e/ou marcação de mais de uma alternativa.
X. O cartão de respostas não pode ser dobrado, amassado, rasurado ou manchado. Exceto sua assinatura, nada deve ser escrito ou registrado fora dos locais destinados às respostas.
XI. Ao terminar a prova, entregue ao fiscal o cartão de respostas e este caderno. As observações ou marcações registradas no caderno não serão levadas em consideração.
XII. É terminantemente proibido o uso de telefone celular, pager ou similares.

Boa Prova!



DESTAQUE AQUI



GABARITO DO CANDIDATO - RASCUNHO



Nome:

Assinatura do Candidato:

Inscrição:

Grid of 50 numbered boxes for marking answers, arranged in two rows of 25 boxes each.

# RASCUNHO

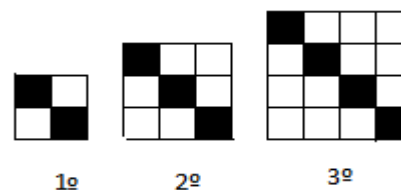
- 1) Assinale abaixo a alternativa em cuja frase a palavra “bastante” possa ser corretamente classificada como um advérbio.
- Há bastante comida para o jantar.
  - O vinho não é bastante.
  - Ele já foi bastante rico.
  - Chega, você já falou o bastante!
- 2) Quanto à colocação pronominal, assinale abaixo a alternativa que apresenta erro, de acordo com a norma culta da língua portuguesa.
- Matá-lo-ei ou não terei paz novamente.
  - Matá-lo eu irei ou não terei paz novamente.
  - Eu o matarei ou não terei paz novamente.
  - Matarei-o ou não terei paz novamente.
- 3) Na frase “Ele deve passar fome, pois está muito magro”, a palavra “pois” funciona como um articulador das orações e estabelece entre elas a relação de:
- soma.
  - oposição.
  - explicação.
  - conclusão.
- 4) Com base no exercício anterior, é possível classificar a conjunção “pois”. A partir disso, poderíamos substituí-la adequadamente pelo conectivo:
- por que.
  - porquê.
  - por quê.
  - porque.

Leia as afirmativas abaixo para responder as questões 5 e 6:

- Sua decisão implicará grandes perdas.
  - Amor implica em sacrifício.
  - Os funcionários devem obedecer o regimento.
- 5) As frases que apresentam erro quanto à regência verbal são:
- I e II, apenas.
  - II e III, apenas.
  - I e III, apenas.
  - I, II e III.
- 6) Interpretando as afirmativas I e II, assinale abaixo a alternativa que apresenta – correta e respectivamente, sem alterar o sentido original das frases – sinônimos para o verbo “implicar”.
- originar/rechaçar.
  - acarretar/requerer.
  - rechaçar/acarretar.
  - requerer/recusar.
- 7) Assinale abaixo a alternativa cujas palavras são acentuadas pela mesma regra de “abóbora”, “bobó” e “míssil”, respectivamente.
- música/cipó/terrível.
  - cérebro/mó/difícil.
  - necrotério/ebó/pênsil.
  - titânico/pó/fácil.

- 8) Veja as três palavras que seguem. Complete as lacunas com o artigo.
- \_\_\_ púbis; \_\_\_ cal; \_\_\_ mascote.
- Em concordância com o gênero das palavras apresentadas, assinale abaixo a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas.
- o/a/a.
  - a/a/o.
  - o/o/a.
  - a/o/o.

- 9) Em uma entrevista para saber se as pessoas utilizariam os produtos A, B ou C, chegou-se a seguinte conclusão: 229 pessoas utilizariam o produto A, 223 utilizariam o produto B, 196 utilizariam o produto C, 79 utilizariam os produtos A e B, 89 os produtos A e C, 69 os produtos B e C, 37 os três produtos e 53 nenhum dos três. Nessas condições, é correto afirmar que:
- 275 pessoas utilizariam somente um dos produtos.
  - 112 pessoas utilizariam somente o produto C.
  - 225 pessoas utilizariam os produtos A e C, mas não utilizariam o produto B.
  - 500 pessoas foram entrevistadas.
- 10) O serviço de obras de uma prefeitura pavimentou um quinto de uma avenida num primeiro dia de trabalho, pavimentou um quarto do restante num segundo dia de trabalho e ainda faltam pavimentar 13500 metros da avenida. Se o custo por metro de pavimentação custa R\$ 72,00, então o custo para pavimentar toda a avenida é igual a :
- R\$ 162.000,00
  - R\$ 2.160.000,00
  - R\$ 216.000,00
  - R\$ 1.620.000,00
- 11) Observando o 1º, 2º e 3º quadrados abaixo, tem-se 2 quadradinhos brancos no 1º ; 6 quadradinhos brancos no 2º e 12 quadradinhos brancos no 3º. Se continuarmos a formar quadrados até a 7ª posição então a soma de todos os quadradinhos brancos até a 7ª posição será igual a:



- 168
  - 126
  - 240
  - 112
- 12) Se o valor lógico de uma proposição P é verdadeiro e o valor lógico de uma proposição Q é falso, então é correto afirmar que:
- o condicional entre P e Q, nessa ordem, é verdade.
  - a disjunção entre P e Q é verdade.
  - a conjunção entre P e Q, nessa ordem, é verdade.
  - o bicondicional entre P e Q, nessa ordem, é verdade.
- 13) A frase “Se Carlos trabalha, então ganha dinheiro” é equivalente a frase:
- Carlos não trabalha e ganha dinheiro.
  - Carlos trabalha ou ganha dinheiro.
  - Carlos não trabalha ou ganha dinheiro.
  - Se Carlos não trabalha, então não ganha dinheiro.

GESTÃO PÚBLICA

- 14) Para fins de monitoramento do Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG - 2012/2015), serão elaborados:
- Relatórios Estatísticos de Resultados.
  - Relatórios de Acompanhamento e de Resultados.
  - Relatórios de Gestão Fiscal.
  - Relatórios Institucionais de Monitoramento.

**15) Analise as seguintes afirmativas, referentes à disciplina constitucional dos servidores públicos.**

- I. A Constituição reserva o percentual de 5% (cinco por cento) dos cargos e empregos públicos para as pessoas portadoras de deficiência.
- II. O direito de greve será exercido nos termos e nos limites definidos em lei complementar.
- III. É garantido ao servidor público civil o direito à livre associação sindical.

**Está correto o que se afirma em:**

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

**16) Com relação à Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei da Transparência), assinale a alternativa CORRETA:**

- a) O recurso da decisão que indeferir o pedido de acesso à informação, poderá ser interposto no prazo de 10 (dez) dias. A autoridade hierarquicamente superior àquela que exarou a decisão recorrida, terá o prazo de 10 (dez) dias para se manifestar.
- b) O recurso da decisão que indeferir o pedido de acesso à informação, poderá ser interposto no prazo de 15 (quinze) dias. A autoridade hierarquicamente superior àquela que exarou a decisão recorrida, terá o prazo de 5 (cinco) dias para se manifestar.
- c) O recurso da decisão que indeferir o pedido de acesso à informação, poderá ser interposto no prazo de 10 (dez) dias. A autoridade hierarquicamente superior àquela que exarou a decisão recorrida, terá o prazo de 5 (cinco) dias para se manifestar.
- d) O recurso da decisão que indeferir o pedido de acesso à informação, poderá ser interposto no prazo de 15 (quinze) dias. A autoridade hierarquicamente superior àquela que exarou a decisão recorrida, terá o prazo de 10 (dez) dias para se manifestar.

**NOÇÕES DE DIREITOS HUMANOS**

**17) Com relação ao direito à instrução previsto na Declaração Universal dos Direitos Humanos, assinale a alternativa INCORRETA:**

- a) O Estado tem prioridade em relação aos pais na escolha do gênero de instrução que será ministrada às crianças e aos adolescentes.
- b) A instrução técnico-profissional será acessível a todos, bem como a instrução superior, esta baseada no mérito.
- c) A instrução será gratuita, pelo menos nos graus elementares e fundamentais.
- d) A instrução elementar será obrigatória.

**18) Com relação aos direitos previstos pela Declaração Universal dos Direitos Humanos, assinale a alternativa CORRETA:**

- a) Toda pessoa tem direito a uma nacionalidade, mas não lhe é assegurado o direito de mudar de nacionalidade.
- b) Toda pessoa tem o direito de ser, dentro de seu país, reconhecida como pessoa.
- c) Toda pessoa tem o direito de deixar qualquer país, mas não poderá regressar ao seu próprio país.
- d) Toda pessoa tem o direito de não ser perseguida, salvo em caso de perseguição legitimamente motivada por crimes de direito comum.

**CÓDIGO DE ÉTICA DO ESTATUTO DO SERVIDOR PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS**

**19) Analise as seguintes afirmativas:**

- I. A violação ao Código de Conduta Ética praticada por servidor público poderá ensejar a aplicação da censura ética, no caso de grave lesividade ou se verificada a reincidência na prática de ato cuja sanção aplicada tenha sido a suspensão.
- II. A autoridade que violar o Código de Conduta Ética fica sujeita à sanção de advertência. Cessado o vínculo com a Administração Pública, será aplicável a sanção de censura ética.
- III. A Comissão de Ética, após o devido processo legal, decidiu que José Paulo, servidor público do Estado de Minas Gerais, cometeu infração cuja sanção aplicável é a advertência verbal. Nessa hipótese, a decisão poderá ser aplicada imediatamente pela própria Comissão de Ética.

**Está correto o que se afirma em:**

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

**20) Indique a alternativa CORRETA:**

- a) Os atos praticados sob domínio de assédio moral deverão ser mantidos a fim de se garantir a segurança jurídica das relações entre a Administração Pública e os administrados.
- b) Na aplicação das penas previstas em lei, no caso de assédio moral, serão consideradas a extensão do dano, as atenuantes, as agravantes e as reincidências.
- c) A pretensão punitiva administrativa do assédio moral prescreve em um ano para a pena de censura.
- d) Poderá ser responsabilizado administrativamente o agente público, pela prática de assédio moral, independentemente da sentença prolatada em ação cível que julgou indevida a reparação pelos danos causados à vítima.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**

**21) Historicamente, as empresas adotaram diversos modelos de administração, que passaram a ser classificados em escolas. Esses modelos refletem a visão de mundo de seus criadores – portanto, não são neutras ou racionalizadas; são comprometidas em função da eficiência e nível de produção. Esses modelos refletiram na comunicação empresarial, também reconhecida como comunicação interna. O modelo da Escola Racionalista Clássica (administração científica de Taylor), encerra o paradigma do controle absoluto e quantitativo em todos os processos. É uma comunicação formal e descendente, baseada na transmissão da informação. Entre os princípios da Escola Racionalista Clássica, encontramos:**

- a) Valorização da informação, e não da comunicação; comunicação é secundária; conflito é considerado erro de administração.
- b) Valorização da comunicação, e não da informação; a primeira é primordial; a administração gere os recursos finais.
- c) Filosofia da administração em detrimento da comunicação; informação é relevante apenas se houver necessidade.
- d) Desenvolvimento da comunicação em função da informação; filosofia administrativa fica em segundo plano.

- 22) O papel do comunicador, em uma empresa pode ser comparado ao de um designer de sistemas. Conhecedor da filosofia de Missão, Visão e Valores da empresa em que trabalha, o comunicador:
- Não leva em consideração os públicos (interno e externo) caso a filosofia não seja a de administrar.
  - Estabelece os parâmetros comunicacionais em relação às características da filosofia dos públicos e não da empresa.
  - Ele consegue conectar os diversos setores internos da empresa, bem como promover a interação com os diversos públicos.
  - Desenvolve as funções pertinentes a cada público independentemente da relação da filosofia da empresa.
- 23) Pesquisa desenvolvida pela Opinion Research Corp. Internacional (ORCI), em 2009, revelou os principais complicadores para a fluência da comunicação empresarial. Dentre eles, está a criação de abismos – profissionais que limitam a comunicação para inibir manifestações de seus subordinados. Essa característica é encontrada nas empresas:
- Que desenvolvem um método moderno de comunicação, estabelecendo limites à opinião de funcionários.
  - Cujos pilares da administração são a de empresas familiares.
  - Que têm como principal alvo os resultados finais estabelecidos pela filosofia administrativa.
  - Com perfil arcaico e, com chefes despreparados, que ocupam cargos há muitos anos e sentem-se ameaçados por novos valores.
- 24) De acordo com o autor e pesquisador Manuel Carlos Chaparro, “Sem as fontes não há notícia nem noticiário”. E para que isso aconteça, as fontes são importantes elementos. A classificação clássica das fontes pode ser apontada como:
- Primária – fornece as informações referentes ao fato; secundária – obtida por intermédio de versões de terceiros.
  - Primária – fornece fatos e versões por estar próxima da origem da informação; secundária – interpreta, analisa ou comenta a matéria jornalística.
  - Primária – obtida no local dos fatos, em primeira pessoa; secundária – informada diretamente por agências de notícias.
  - Primária – comentada por especialistas do assunto em questão; secundária – obtida de terceiros dependendo das circunstâncias.
- 25) Entre as décadas de 1970 e 1980, assessores de comunicação eram considerados a escória do jornalismo, em virtude de sua atuação em receber das empresas de comunicação por suas informações. Atualmente, 45% das receitas de agências de comunicação estão relacionadas com o trabalho do assessor de imprensa. Gradativamente, esse profissional agregou novas atribuições, além de distribuição de releases, notas e sugestões de pauta. Entre eles, estão:
- Criar relacionamento com a mídia; estabelecer as diretrizes administrativas gerenciais; administrar calendário de eventos.
  - Montar equipes de intermediação entre empresa e públicos internos; utilizar os recursos da empresa para beneficiar determinado segmento da mídia.
  - Elaborar políticas de comunicação e planos de gestão de relações com a mídia, administração de crise, salas de imprensa online.
  - Dar visibilidade à filosofia empresarial na mídia; direcionar questões relativas aos resultados da empresa; criar o fato para obter espaço na imprensa.
- 26) Em 1994, denúncias não comprovadas levaram jornalistas a afirmarem que proprietários de uma escola infantil – que ficou conhecido como o caso da Escola Base, em São Paulo – promoviam atos de pedofilia. A escola foi deprecada, seus donos foram presos e suas vidas, degradadas. Após 14 anos de processos, empresas de mídia foram condenadas a pagar indenizações aos acusados. Os jornalistas foram isentados de culpa. O caso ilustra ao que Max Weber comentou em palestra na Universidade de Munique, em que “uma ação ética ajusta-se a duas orientações, diferentes entre si: a convicção e a consequência.” Dessa forma, pode-se afirmar que:
- O jornalista é responsável pelo que divulga, mas não responsável pelo que faz de errado.
  - O jornalista é corresponsável pelas repercussões das informações prestadas, mesmo que a fonte seja mal-intencionada.
  - O jornalista é o principal e único responsável pelas repercussões das informações prestadas.
  - O jornalista, se desconfiar do teor das informações, pode, depois, retificá-las.
- 27) Roger Fidler observou que, “toda tecnologia passa por aceleradores e freios. A indústria, o poder econômico, o mercado, as forças políticas, os processos de regulação atuam nesse processo dando impulso ou simplesmente barrando aquilo que julgam inconvenientes na dinâmica das forças naquele momento” (Fidler, 1997). Em relação à essa observação, relacionada à questão do rádio na plataforma digital (internet), assinale a alternativa correta.
- Os meios têm principal função na questão de acelerar a distribuição das informações.
  - As mensagens são a principal ferramenta com a qual o jornalista trabalha, e deve estabelecer limites quanto à velocidade com a qual ela circula pelo meio.
  - O condicionamento das mensagens está ligado diretamente à velocidade com a qual circulam pelos meios de comunicação.
  - Os meios não estocam a mensagem, mas interferem continuamente nesta realidade e a condicionam no que diz respeito às mensagens produzidas e veiculadas através deles.
- 28) Ao redigir uma notícia para um programa de radiojornalismo, deve-se estar atento, mesmo ao transmitir para um público amplo e heterogêneo:
- Que nem todos vão entender o que se está querendo dizer.
  - Que se está contando uma história da forma mais simples e inteligível possível.
  - Que o público vai entender apenas parte da informação, desinteressando-se.
  - Que todas as notícias devem ser interessantes para prender a atenção do ouvinte o maior tempo possível.
- 29) Dentre algumas regras básicas para se escrever para o rádio, podemos destacar:
- Utilizar palavras específicas, palavras concretas, e não utilizar quantidades imprecisas.
  - Ater-se ao fato, não utilizar frases curtas, ser preciso quanto a quantidades.
  - Fazer a correção ortográfica das laudas, não citar quantidades, usar todo tempo disponível para veicular uma notícia.
  - Dar a notícia, independente do tempo que for preciso, fazer a correção ortográfica das laudas, utilizar palavras concretas.

**30) Aponte a sequência correta de expressões que devem fazer parte da redação jornalística para o rádio:**

- a) Oportunidades estão sendo dadas; políticos são criticados duramente; massiva votação.
- b) Damos oportunidades; criticamos duramente os políticos; uma expressiva votação.
- c) Crítica dura aos políticos; oportunidades são ofertadas; expressiva votação.
- d) Votação em massa; dar-se-ão oportunidades; políticos são criticados duramente.

**31) Para Sodré (2008), a rede tecnológica telejornalística confunde-se com o processo comunicacional resultando na imagem-mercadoria e um novo regime de visibilidade pública regido pela midiatização. Em função dessa observação, podemos afirmar que:**

- a) As imagens telejornalísticas refletem a sociedade. Dessa forma, o telespectador sente-se mais confortável e apático sobre os fatos apresentados.
- b) "Fabulação do mundo" é uma denominação que não reflete as questões voltadas à midiatização do telejornalismo brasileiro, especificamente.
- c) A sociedade da comunicação avançou para aquela que se pode chamar de "fabulação do mundo", já que as imagens fornecidas pela mídia constituem a própria objetividade.
- d) A observação em questão não leva em consideração fatos isolados, como por exemplo, a erupção de um vulcão na Europa.

**32) Em uma educação capaz de contribuir para a compreensão das mensagens televisuais, uma vez que nas sociedades contemporâneas a competência comunicativa passa por um domínio dos códigos audiovisuais:**

- a) A sociedade não tem capacidade de compreender e interpretar os códigos audiovisuais. Por isso, cabe aos meios dirigir e interpretar estes códigos.
- b) A compreensão das mensagens televisuais depende, apenas e exclusivamente, do amadurecimento de toda sociedade em compreender os códigos televisuais.
- c) Não tem relação com a educação ou competência para interpretar os códigos televisuais.
- d) Implica na conquista de habilidades para a leitura crítica dos programas e para a produção de narrativas jornalísticas capazes de gerar novas formas de pensar e agir.

**33) Ao fazer a distinção entre as obras televisuais, pressupõe-se que, compreendê-las como referências culturais, produz-se uma definição para a noção da qualidade dessas obras:**

- a) Os textos audiovisuais e televisivos não devem ser vistos apenas como um meio para retransmitir, difundir e reproduzir valores, estéticos e conteúdos.
- b) A qualidade das obras televisuais está diretamente ligada à capacidade de a sociedade interpretar e aplicar os valores difundidos.
- c) Os textos audiovisuais e televisivos têm o dever de estabelecer valores morais e códigos de conduta para uma sociedade televisiva.
- d) A qualidade não tem qualquer referência na capacidade da sociedade em definir e estabelecer parâmetros de conduta e estética.

**34) A linguagem mercadológica, que busca forjar alianças estrategicamente estruturadas transnacionais, produzir e reproduzir as forças promocionais, veiculando produtos construídos para satisfazer desejos e necessidades reais ou imaginários dos indivíduos por intermédio de um plano de marketing, pode ser definida como:**

- a) A busca da qualidade dos produtos e serviços sem levar em consideração a quantificação dos mesmos.
- b) Melhorar a quantidade de produtos e serviços em vista das necessidades de qualidade da sociedade.
- c) Um processo dos princípios de mercantilização universal, da quantificação generalizada em detrimento da qualidade.
- d) A ideologia do marketing está relacionado aos resultados financeiros de produtos e serviços, levados em consideração a qualidade e quantidade.

**35) A comunicação publicitária, atua como mediadora entre as duas pontas do processo econômico de produção e consumo de bens manufaturados, ou seja:**

- a) Entre o poder de compra e vontade social.
- b) Entre a produção em série e o desenvolvimento social.
- c) Entre o consumo em larga escala e vontade social.
- d) Entre a produção em série e o consumo em grande escala.

**36) Segundo Braudrillard, a sociedade consome, além de produtos e suas utilidades, também seu valor de uso, a comunicação publicitária acaba por produzir uma categorização de consumo em função do status:**

- a) A sociedade de consumo busca por objetos que as tornem iguais, no ambiente familiar, mas diferentes em seu convívio social.
- b) A sociedade de consumo busca por objetos que as tornem diferentes, no ambiente familiar, mas as tornam iguais em seu convívio social.
- c) A sociedade busca estabelecer uma identidade individual no âmbito social, e coletivo no âmbito familiar.
- d) A sociedade de consumo estabelece o que deve ser produzido, tanto em âmbito familiar, quanto no convívio social.

**37) Entre os elementos que conceituam propaganda, podemos dizer que:**

- a) Busca vender produtos em função do lucro financeiro obtido pela difusão da filosofia.
- b) Estabelece conceitos ideológicos ao consumidor, que se deixa levar.
- c) Atua no sentido ideológico de atribuir e buscar permanentemente valores, os atributos do produto.
- d) Atribui ao produto características e conceitos ideológicos que não necessariamente estão alinhados ao consumidor.

**38) Ancoragem do sentido, é uma função que tem um valor ideológico de grande importância, pois opera:**

- a) Como controle sobre as possibilidades de interpretação, pois reproduz a ideologia do produtor da mensagem.
- b) Mostra ao consumidor claramente a ideologia estabelecida pelo produtor da mensagem.
- c) Disfarça a ideologia da mensagem veiculada, vetando ao consumidor a interpretação.
- d) Abre todas as possibilidades de interpretação, uma vez que a ideologia não é clara.

**39) As últimas décadas apontaram para o surgimento do conceito de Mass Customization, que é fundamentada por uma série de mudanças nas economias centrais. Entre estas mudanças, podemos citar:**

- a) Socialização das receitas, surgimento da coletividade e personalização de produtos.
- b) Diminuição das receitas, individualismo da sociedade e coletivização de produtos.
- c) Sociedade próspera, coletivização da sociedade, individualização de produtos.
- d) Aumento das receitas, desenvolvimento do individualismo e personalização de produtos.

**40) O conceito de marketing de relacionamento, embora recente, é um dos mais importantes, e tem como foco principal:**

- a) Observar a necessidade de serem mantidas relações firmes e duradouras, com a fidelização dos usuários.
- b) A fidelização dos consumidores é diretamente proporcional aos resultados que estes verificam na fama da empresa.
- c) Fidelizar os usuários de forma a mantê-los por perto, criando conceitos de individualização para cada caso.
- d) Manter as relações estáveis com os usuários, mesmo que seja necessário mudar a filosofia de trabalho da empresa.

**41) De acordo com Ibany da Cunha Ribeiro, “público é uma abstração”, pois na relação de uma empresa, para o relações públicas:**

- a) Todos os públicos têm as mesmas necessidades. Por isso, não precisam de tratamento diferenciado.
- b) A opinião dos públicos não reflete suas necessidades. Cabe à empresa criar estas necessidades e o público irá aceitá-la.
- c) Existem públicos, que devem ser isolados e tratados por processos diferentes, pela sondagem de opinião ou quanto ao atendimento em geral.
- d) Existem públicos, que são apenas um conceito para criar mais tarefas aos comunicadores.

**42) Em se tratando da imprensa, o relações públicas funciona como ponte de informações entre as organizações e a mídia, em geral, e \_\_\_\_\_ . Assinale a alternativa que completa corretamente a lacuna.**

- a) Defende os ideais da empresa, influenciando a mídia.
- b) Da visibilidade aos fatos para a mídia em detrimento da filosofia da empresa.
- c) Mantém as relações com a mídia, independentemente dos conceitos da organização.
- d) Tem o papel de intermediar relações de conflito entre ambos.

**43) Relações Públicas Internacionais são:**

- a) Um conjunto de ações que dão visibilidade às demais sociedades dos interesses sob os quais o profissional trabalha.
- b) Um conjunto de medidas e iniciativas que visam estreitar o relacionamento entre os povos (entendimento, coexistência e cooperação).
- c) Um conjunto de atitudes que influenciam a opinião pública mundial para obter vantagens econômicas ou políticas.
- d) Um conjunto de medidas que estabelece a filosofia sob a qual o profissional exerce a função, mantendo relacionamentos que sejam interessantes.

**44) Nemércio Nogueira (1999: 56-9), ao ser questionado por um empresário sobre “Me dê uma boa razão de por que devo dar satisfações à mídia?”, elaborou 10 razões sobre como relações públicas e imprensa são importantes. Entre elas, podemos destacar:**

- a) Atender às solicitações da imprensa sobre informações em um momento controverso, pois a versão oficial é melhor que a subentendida.
- b) Criar um fato para manter ou desviar a atenção da mídia em um momento controverso.
- c) Um profissional de comunicação experiente deve saber o que esconder da mídia.
- d) Demonstrar à mídia por quais motivos a organização toma determinada decisão – mesmo que contrarie a sociedade.

**45) Uma relação positiva de uma organização com a comunidade afeta o comportamento de consumidores e empregados:**

- a) Empregados preferem trabalhar em organizações que não interfiram nos gostos dos consumidores.
- b) A comunidade tem forte decisão na permanência ou não de uma organização em seu meio; empregados acompanham a filosofia da organização.
- c) A comunidade é dependente da atuação da organização em seu meio, uma vez que os empregados também fazem parte desta comunidade.
- d) Consumidores preferem comprar produtos de uma empresa que se envolve com a comunidade; empregados procuram emprego em organizações com boa reputação na comunidade.

**46) Ao se planejar um evento, deve-se fazer uma visita de inspeção ao centro do evento. Entre os pontos a serem verificados, estão:**

- a) Se o trânsito na região, no dia do evento, permite o fácil acesso, permite que portadores de deficiência possam ir ao evento e se existe internet banda larga.
- b) Configuração das acomodações para os convidados do evento, qualificação dos profissionais que fornecem alimentação, sala de recreação para filhos dos convidados.
- c) Acesso a portadores de deficiência, equipe técnica para equipamentos audiovisuais e configuração necessária para acomodação dos convidados.
- d) Equipe técnica para operação de audiovisual, condições do local do evento e distribuição de brindes aos convidados.

**47) Ao escrever um livro biográfico, o autor deve atentar para a questão dos contratos autorais, que dependem do tipo de biografia a ser escrita (autorizada, independente, encomendada ou ditada). Segundo Sérgio Vilas Boas, a biografia independente tem características mais acuradas, porque:**

- a) As referências ao biografado são de livre interpretação do autor.
- b) Não há interferência direta dos guardiões do personagem; o autor tem mais liberdade.
- c) Os royalties são únicos e exclusivamente dedicados ao autor.
- d) As editoras têm grandes interesses a questões controversas dos biografados.

**48) No âmbito da Comunicação Empresarial, Argenti (2006) estabelece três subconjuntos de estratégia organizacional:**

- a) Objetivos de cada comunicação; recursos disponíveis para alcançar os objetivos; diagnóstico da reputação da organização junto aos públicos.
- b) Reputação da organização junto à mídia; recursos para chegar aos objetivos; diagnóstico dos objetivos.
- c) Recursos para alcançar os objetivos; criação de necessidades junto aos públicos; meios para objetivo do sistema de comunicação.
- d) Diagnóstico dos objetivos e sistemas de comunicação; características dos públicos; difusão da filosofia organizacional.

49) O jornalismo investigativo é objeto de polêmica sempre que se tratam de questões éticas na apuração das informações. O Código de Ética dos Jornalistas estabelece 27 artigos que regem a conduta profissional. Entre eles, podemos citar:

- a) O jornalista tem a obrigação de citar suas fontes, uma vez que a notícia pode ser inventada.
- b) Resguardar a identidade da fonte em função da linha editorial da empresa para a qual trabalha.
- c) Nomear suas fontes sempre que a informação tiver caráter de alta relevância para a sociedade.
- d) Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade de suas fontes de informação.

50) A chamada verdade jornalística, estudada por pesquisadores como Bill Kovak e Tom Rosenstiel (2003) é conceituada como um elemento cuja “verdade é muito mais do que simples precisão”. De acordo com essa afirmação, é correto apontar que:

- a) Verdade jornalística é um conceito abstrato, uma vez que os profissionais estão vinculados à linha editorial dos veículos.
- b) O jornalismo existe dentro de um contexto social, em que cidadãos e sociedade dependem e precisam de um relato confiável dos fatos.
- c) A sociedade não depende diretamente do relato confiável.
- d) Verdade jornalística não existe, pois o jornalista informa segundo seu ponto de vista.



## REDAÇÃO

Transcreva a redação de 15 a 30 linhas, com caneta azul ou preta, para o cartão de respostas.

Na sociedade atual, estar na moda é quase uma obrigação. Adultos, jovens e até crianças buscam uma imagem ideal. Muitas vezes, pressionados pela mídia, e vivendo numa sociedade que estimula o consumo, é difícil libertar-se.

Considerando as ideias acima, busque elaborar um texto dissertativo-argumentativo com a seguinte proposição: **Escravos da moda: como libertar-se?**

5

10

15

20

25

30

