



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.
 - a) Há bastante comida para o jantar.
 - b) O vinho não é bastante.
 - c) Ele já foi bastante rico.
 - d) 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.
 - a) Matá-lo-ei ou não terei paz novamente.
 - b) Matá-lo eu irei ou não terei paz novamente.
 - c) Eu o matarei ou não terei paz novamente.
 - d) 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:
 - a) soma.
 - b) oposição.
 - c) explicação.
 - d) conclusão.
- 4) Com base no exercício anterior, é possível classificar a conjunção “pois”. A partir disso, poderíamos substituí-la adequadamente pelo conectivo:
 - a) por que.
 - b) porquê.
 - c) por quê.
 - d) porque.

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

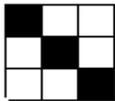
- I. Sua decisão implicará grandes perdas.
 - II. Amor implica em sacrifício.
 - III. Os funcionários devem obedecer o regimento.
- 5) As frases que apresentam erro quanto à regência verbal são:
 - a) I e II, apenas.
 - b) II e III, apenas.
 - c) I e III, apenas.
 - d) I, II e III.
 - 6) Interpretando 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”.
 - a) originar/rechaçar.
 - b) acarretar/requerer.
 - c) rechaçar/acarretar.
 - d) requerer/recusar.
 - 7) Assinale abaixo a alternativa cujas palavras são acentuadas pela mesma regra de “abóbora”, “bobó” e “míssil”, respectivamente.
 - a) música/cipó/terrível.
 - b) cérebro/mó/difícil.
 - c) necrotério/ebó/pênsil.
 - d) 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.
 - a) o/a/a.
 - b) a/a/o.
 - c) o/o/a.
 - d) a/o/o.

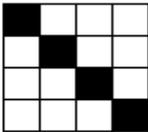
- 9) Em uma entrevista para saber se as pessoas utilizariam os produtos A, B ou C, chegou-se a seguinte conclusão: 229 pessoas utilizariam o produto A, 223 utilizariam o produto B, 196 utilizariam o produto C, 79 utilizariam os produtos A e B, 89 os produtos A e C, 69 os produtos B e C, 37 os três produtos e 53 nenhum dos três. Nessas condições, é correto afirmar que:
 - a) 275 pessoas utilizariam somente um dos produtos.
 - b) 112 pessoas utilizariam somente o produto C.
 - c) 225 pessoas utilizariam os produtos A e C, mas não utilizariam o produto B.
 - d) 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 :
 - a) R\$ 162.000,00
 - b) R\$ 2.160.000,00
 - c) R\$ 216.000,00
 - d) 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:



1º



2º



3º

 - a) 168
 - b) 126
 - c) 240
 - d) 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:
 - a) o condicional entre P e Q , nessa ordem, é verdade.
 - b) a disjunção entre P e Q é verdade.
 - c) a conjunção entre P e Q, nessa ordem, é verdade.
 - d) o bicondicional entre P e Q, nessa ordem, é verdade.
- 13) A frase “Se Carlos trabalha, então ganha dinheiro” é equivalente a frase:
 - a) Carlos não trabalha e ganha dinheiro.
 - b) Carlos trabalha ou ganha dinheiro.
 - c) Carlos não trabalha ou ganha dinheiro.
 - d) 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:
 - a) Relatórios Estatísticos de Resultados.
 - b) Relatórios de Acompanhamento e de Resultados.
 - c) Relatórios de Gestão Fiscal.
 - d) 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

