



COMPANHIA ESTADUAL DE ENERGIA ELÉTRICA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

CONCURSO PÚBLICO

Cargo 11: Relações Públicas

CADERNO
DE PROVAS

CESPE
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Criando Oportunidades para Realizar Sonhos

Aplicação: 30/11/2005

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Ao receber este caderno, confira se ele contém cento e vinte itens, correspondentes às provas objetivas, corretamente ordenados de 1 a 120.
- 2 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 3 Recomenda-se não marcar ao acaso: a cada item cuja resposta diverja do gabarito oficial definitivo, além de não marcar ponto, o candidato recebe pontuação negativa, conforme consta em edital.
- 4 Não utilize nenhum material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE.
- 5 Durante as provas, não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do chefe de sala.
- 6 A duração das provas é de três horas e trinta minutos, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas — e ao preenchimento da folha de respostas.
- 7 Ao terminar as provas, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe a sua folha de respostas e deixe o local de provas.
- 8 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno, na folha de rascunho ou na folha de respostas poderá implicar a anulação das suas provas.

AGENDA

- I 31/1/2005, a partir das 10 h (horário de Brasília) – Gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas: Internet — www.cespe.unb.br — e quadros de avisos do CESPE/UnB, em Brasília.
- II 1.º e 2/2/2005 – Recursos (provas objetivas): formulários estarão disponíveis no Sistema Eletrônico de Interposição de Recurso, Internet — www.cespe.unb.br.
- III 21/2/2005 – Resultado final das provas objetivas e convocação para o sorteio público de desempate (se houver): Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul e locais mencionados no item I.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o item 9 do Edital n.º 1/2004 – CEEE/RS, de 11/10/2004.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 448 0100; Internet — www.cespe.unb.br.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

- De acordo com o comando a que cada um dos itens de 1 a 120 se refira, marque, na **folha de respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenadas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a folha de rascunho e, posteriormente, a **folha de respostas**, que é o único documento válido para a correção das suas provas.
- Nos itens que avaliam **Noções de Informática**, a menos que seja explicitamente informado o contrário, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão, em português, que o *mouse* está configurado para pessoas destros e que expressões como clicar, clique simples e clique duplo referem-se a cliques com o botão esquerdo do *mouse*. Considere também que não há restrições de proteção, de funcionamento e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios e equipamentos mencionados.

CONHECIMENTOS BÁSICOS

Mentes que brilham

1 A história é contada pela obra dos seus maiores criadores. Platão, Da Vinci, Galileu, Shakespeare, Rembrandt, Mozart — você certamente sabe quem foram e o que fizeram. Mas o que sabe sobre seus contemporâneos? Seria capaz de citar aqueles que serviram de pano de fundo para os feitos desses homens? Muito provavelmente, nenhum nome lhe virá à cabeça de imediato. E a razão disso é muito simples. São as pessoas raivosas que mudam o mundo.

A afirmação é de um especialista no estudo do temperamento da PUC-RS. Ele explica que essa emoção, a despeito do conceito popular, muitas vezes é positiva. “A raiva não precisa se manifestar só em forma de mordida. Ela pode incentivar as vitórias. O lobo conquista territórios, as ovelhinhas não”, compara. E o que isso tem a ver com criatividade? Tudo. “A raiva é a capacidade de se projetar. É a instabilidade que leva à ação criativa”, diz ele. Ou seja, é a argúcia, ou a falta dela, que faz com que algumas pessoas se destaquem e outras não.

19 Mesmo que você não queira entrar para a história, é bom prestar atenção. A criatividade, afirmam os cientistas, é essencial até para a sobrevivência do mais reles mortal — um inseto que não consiga desenvolver uma estratégia criativa para descansar sossegado vai acabar invariavelmente na boca de um sapo, como a maioria dos seus.

Camila Artoni. *Galileu*, out./2004, p. 39 (com adaptações).

A respeito das idéias e das estruturas lingüísticas do texto apresentado, julgue os itens a seguir.

- 1 A primeira frase do texto está na voz passiva. Sua versão correta na voz ativa é: **A obra dos maiores criadores conta a sua história.**
- 2 A autora afirma que certamente o leitor sabe quem as pessoas citadas foram e o que fizeram, mas essas informações não são explicitadas, porque o texto nada tem a ver com o que as pessoas mencionadas fizeram.
- 3 A conjunção “Mas” (l.4) liga idéias opostas: o que a autora acha que o leitor sabe e o que ela acha que esse leitor não sabe.
- 4 O trecho com as duas perguntas retóricas (l.4-6) continuará correto e coerente com o texto se for reescrito da seguinte forma: **Mas você nada sabe sobre seus contemporâneos, nem seria capaz de mencionar àqueles que serviram esses homens famosos.**
- 5 Depois da palavra “simples” (l.8), no lugar do ponto, cabem, sem que se percam as idéias do texto, os dois-pontos, fazendo-se a devida adaptação de letra maiúscula para minúscula em “São”.

- 6 Na frase “São as pessoas raivosas que mudam o mundo.” (l.8) as palavras “São” e “que” podem ser ambas retiradas sem que ocorra erro gramatical ou qualquer prejuízo para a argumentação do texto.
- 7 Na frase “Ele explica que essa emoção, a despeito do conceito popular, muitas vezes é positiva.” (l.10-11), “essa emoção” refere-se à raiva enquanto o “conceito popular” é o de que a raiva é uma emoção destruidora.
- 8 De acordo com a argumentação desenvolvida no texto, na linguagem figurada da frase “O lobo conquista territórios, as ovelhinhas não” (l.13-14), o “lobo” representa as pessoas raivosas e “as ovelhinhas”, as suas vítimas.
- 9 O texto coloca a instabilidade como característica comum a pessoas raivosas e pessoas criativas.
- 10 A frase “é bom prestar atenção” (l.20) constitui uma advertência ao leitor.

1 Não sei se ao fim de vinte ou trinta séculos de meditação avançamos muito na análise do problema do tempo. Eu diria que sempre sentimos essa antiga perplexidade, aquela perplexidade mortalmente experimentada por Heráclito, naquele exemplo ao qual volto sempre: por que ninguém desce duas vezes o mesmo rio? Em primeiro lugar, porque as águas do rio correm. Em segundo — e isso é algo que já nos toca metafisicamente, que nos causa como que um princípio de horror sagrado —, porque nós mesmos somos igualmente um rio, nós também somos flutuantes.

J. L. Borges. *O Tempo*. In: *Correio do Livro da UnB*. jul./set. 2004, p. 52 (fragmento).

No que se refere ao emprego das classes de palavras, às estruturas gramaticais e à interpretação do texto, julgue os itens que se seguem.

- 11 O trecho “essa antiga perplexidade” (l.3-4) refere-se ao “problema do tempo” (l.2-3).
- 12 A substituição de “ao qual” (l.5) por **à que** mantém a correção gramatical da frase em que se encontra esse pronome relativo.
- 13 Na linha 6, “por que” tem o mesmo sentido que em **Esse é o motivo por que ela se foi.**
- 14 A frase entre dois travessões, nas linhas 8 e 9, é uma inserção que poderia vir entre parênteses ou entre vírgulas, ou mesmo, se deslocada para o final do período, com o emprego de vírgula e ponto, respectivamente, no lugar do primeiro e do segundo travessão.
- 15 A correção e a coerência do texto são mantidas, se a expressão “como que” (l.9) for retirada.

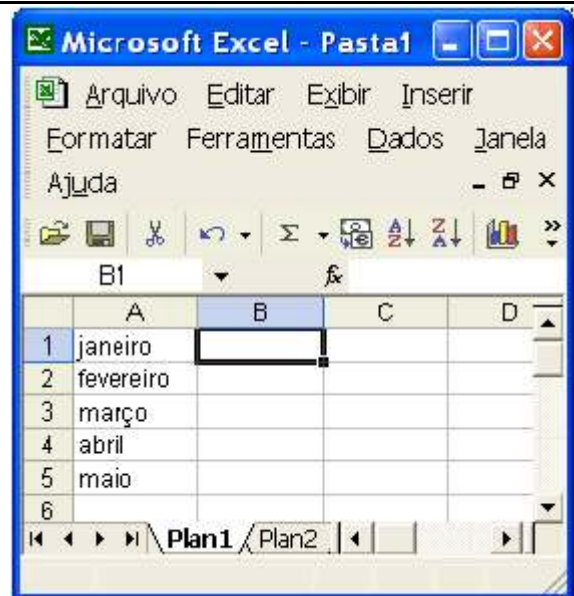
- 16 A palavra “rio” foi usada no texto com um jogo de significações, sempre denotativas, de dicionário.
- 17 A descrição dos homens como “flutuantes” (l.11) traz em si uma conotação de fatalismo, que é antecipada por “perplexidade mortalmente experimentada” (l.4-5) e “horror sagrado” (l.9).
- 18 O texto se inicia com um tópico frasal que apresenta um problema, e continua com a apresentação de uma solução para esse problema.
- 19 Os dois impedimentos para que alguém desça duas vezes o mesmo rio são representados em ordem de “perplexidade” crescente: em primeiro lugar, um fator de ordem física e, em segundo, um fator de ordem metafísica.
- 20 A relação estabelecida no texto entre os homens “flutuantes” e o rio lembra a figura de uma folha levada pelas águas, em que a folha é o homem.



A figura acima mostra uma janela do Word 2002 contendo um documento em processo de edição. Considerando essa figura, julgue os itens a seguir, acerca do Word 2002.

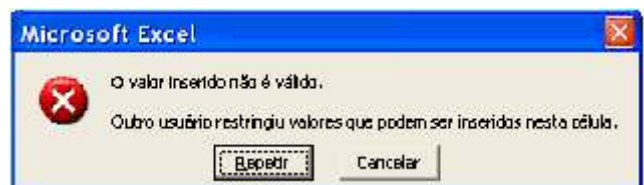
- 21 A partir da janela ilustrada, é correto concluir que a figura incluída no documento em edição e o texto com marcador ao lado dela estão inseridos em uma tabela que tem duas colunas e cujas bordas não estão visíveis.
- 22 Caso se deseje armazenar em arquivo apenas a figura incluída no documento em edição, é possível fazê-lo por meio do seguinte procedimento: clicar o botão para copiar a figura, que já está selecionada, para a área de transferência; clicar o botão ; na janela disponibilizada, definir a pasta e o nome do arquivo onde será armazenada a figura; clicar Salvar.

- 23 Considere a realização das seguintes ações: ativar, por meio de um clique, a ferramenta associada ao botão ; clicar 100%; digitar 50; teclar . Após essas ações, a figura inserida no documento ficará com o tamanho reduzido em 50%.
- 24 Por meio da opção Salvar, encontrada no menu **Arquivo**, é possível salvar o documento em edição em um arquivo com extensão .dot. Esse tipo de arquivo pode ser utilizado como modelo para a elaboração de futuros documentos.

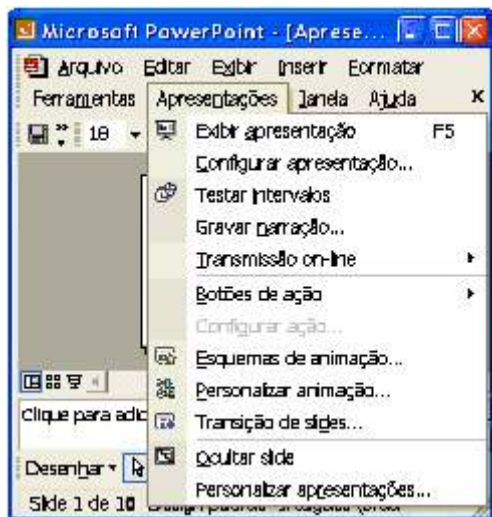


Julgue os itens subsequentes, relativos ao Excel 2002, considerando que um usuário esteja elaborando a planilha mostrada na janela desse aplicativo ilustrada na figura acima.

- 25 Considere que o usuário recebeu a mensagem mostrada na figura a seguir, após digitar o número 32 na célula B1 e teclar . Nessa situação, é correto afirmar que foi utilizada a opção Validação, encontrada no menu **Dados**, para restringir os valores que podem ser inseridos na referida célula.



- 26 Caso o usuário clique em **Plan2**, será ativada uma segunda planilha na qual podem ser incluídos conteúdos diferentes daqueles existentes na planilha atual. Caso o usuário deseje, novas planilhas poderão ser inseridas na sessão atual de uso do Excel, clicando-se a opção Planilha, encontrada no menu **Inserir**.



Considerando a figura acima, que ilustra parte da janela do aplicativo PowerPoint 2002, julgue os itens seguintes.

- 27 Considere que o *slide* atual seja o primeiro de uma apresentação que contém dez *slides*. Então, caso se clique a opção **Ocultar slide** e, a seguir, se tecle **F5**, é correto afirmar que será iniciada a exibição da apresentação atual a partir do segundo *slide*.
- 28 A opção **Transmissão on-line** permite o acesso ao recurso de conversão e gravação da apresentação atual para um arquivo no formato html. Esse tipo de arquivo é usado quando se deseja disponibilizar uma apresentação elaborada no PowerPoint para *download* via Internet.



Considere que a janela ilustrada acima tenha sido capturada em um computador cujo sistema operacional é o Windows XP e que pertença a uma rede *wireless*. Julgue os itens seguintes, relativos ao referido computador e à janela mostrada.

- 29 Pelo fato de utilizar sistema de arquivos NTFS, que procede à compactação dos dados antes do armazenamento, é correto concluir que o computador dispõe de capacidade de armazenamento em disco rígido local superior a 70 GB, dos quais menos de 10 GB estão sendo utilizados.

- 30 Sabendo que o ícone **Disco removível (E:)** corresponde a dispositivo do tipo *pendrive*, é correto concluir que o computador dispõe de porta USB e, como se trata de dispositivo de armazenamento, é possível que sua capacidade de armazenamento seja superior a 500 MB.
- 31 Informações referentes ao número IP do computador na rede *wireless* a que pertence são disponibilizados ao se clicar **Exibir informações do sistema**.
- 32 A partir da situação ilustrada na figura, ao se clicar **Documentos compartilhados**, todos os documentos armazenados no *winchester* associado ao ícone **Disco local (C:)** serão compartilhados com os computadores pertencentes à referida rede *wireless*. Após esse procedimento, ajustes nas proteções e autorizações referentes aos documentos poderão ser realizados.



Com relação ao Internet Explorer 6 (IE6), julgue os itens a seguir, tendo por referência a janela desse aplicativo ilustrada na figura acima, que está sendo executada em um computador do tipo PC, cujo sistema operacional é o Windows XP.

- 33 Ao se clicar o botão **Usar em branco** e, em seguida, o botão **Aplicar**, uma página em branco que não está associada a nenhum URL será definida como a página inicial do IE6.
- 34 Por meio do botão **Configurações...**, é possível definir a quantidade de memória de disco rígido do computador a ser utilizada para a pasta Temporary Internet Files. A rapidez com que páginas previamente acessadas são visualizadas pode ser influenciada pela escolha adequada dessa quantidade de memória, desde que o IE6 esteja convenientemente configurado.
- 35 Ao se clicar o botão **Excluir arquivos...**, será executada uma janela que permite excluir todos os arquivos armazenados na pasta Temporary Internet Files.

Os economistas da nova geração se interrogam freqüentemente a respeito das causas das baixas taxas de crescimento da economia brasileira no último quarto de século. Os dados são surpreendentes se temos em conta que no quarto de século anterior o país apresentou um dinamismo considerável, colocando-se entre as duas ou três economias de mais rápido crescimento em todo o mundo. Um país dotado de imensas reservas de recursos naturais e de mão-de-obra aplica uma política que se satisfaz com uma taxa de crescimento próxima de zero. Não é fácil descobrir as causas desse processo, mas devemos reconhecer que ele tem origem ou é reforçado pelo chamado Consenso de Washington.

O resultado dessa soma perversa do Consenso com as taxas de crescimento em fase de declínio foi a desarticulação do mercado interno e do parque industrial, acuando alguns milhões de brasileiros a buscar sobrevivência no trabalho informal. Se, inversamente, nos remetemos àqueles momentos em que o Brasil apresentou taxas de crescimento elevadas, ou razoáveis, deparamo-nos com outro problema de igual gravidade. Refiro-me ao fato de que, historicamente, o dinamismo da economia brasileira se fez acompanhar de acentuada concentração de renda, o que é uma forma espúria de geração de poupança.

Celso Furtado. *Cultura neoliberal e reforma fiscal*. In: *Jornal do Brasil*, 10/11/2004, Caderno B, p. B-2 (com adaptações).

Tendo o texto acima — o último publicado na imprensa pelo economista Celso Furtado, que faleceu poucos dias depois — como referência inicial, julgue os itens que se seguem, relativos ao atual quadro econômico mundial e brasileiro.

- 36 O Consenso de Washington corresponde ao conjunto de teses que, especialmente ao longo da última década do século passado, sustentou o ideário do que normalmente é denominado neoliberalismo.
- 37 A América Latina mostrou-se terreno fértil à aplicação dos princípios neoliberais ao longo dos anos 90 do século XX e, salvo raras exceções, os resultados obtidos foram altamente positivos em termos de crescimento econômico e de distribuição de renda.
- 38 Na Argentina, os dois períodos governamentais de Carlos Menem, cuja política econômica seguiu diligentemente o receituário do Consenso de Washington, trouxeram, ao cabo, a ruína do país, jogando-o em um quadro de turbulência social e de aguda instabilidade política.
- 39 Há consenso de que a queda de Fernando Collor, no Brasil, deveu-se, em primeiro lugar, à sua firme recusa em adotar os preceitos do novo liberalismo, posição que lhe rendeu a desconfiança dos mercados internacionais e do empresariado brasileiro.
- 40 Os oito anos de governo de Fernando Henrique Cardoso colocaram o Brasil em rota de colisão com o grande capital internacional, possivelmente em face da ortodoxa política econômica de cunho nacionalista vigente nessa administração.

- 41 Entre os pontos centrais do Consenso de Washington, está a necessária reforma do Estado para, conforme se dizia, torná-lo mais ágil e leve, deixando às leis de mercado, em geral, a tarefa de conduzir a economia.
- 42 A tendência às privatizações das empresas até então controladas pelo Estado e à flexibilização das leis trabalhistas tornou-se um dos pontos centrais da doutrina neoliberal.
- 43 No texto, transparece a posição de crítica do autor a um modelo — o neoliberal — que, além de desarticular o sistema produtivo de países que o adotaram, gerou elevadas taxas de desemprego, responsáveis pela significativa ampliação do chamado trabalho informal.
- 44 Infere-se do texto que, a despeito de outras razões igualmente poderosas, a precariedade de recursos naturais é a principal responsável pelos baixos índices de crescimento econômico que o Brasil apresenta no último quarto de século.
- 45 De acordo com a argumentação desenvolvida no texto, especialmente no último período, é correto afirmar que a elevada remuneração do capital — normalmente traduzida por altas taxas de juros — desempenha importante papel para a concentração de renda.
- 46 Deduz-se do texto que, no Brasil, em período de retração ou de baixo crescimento, ao contrário do que ocorre em fase de crescimento elevado, os mecanismos indutores da distribuição de renda praticamente deixam de existir, o que faz aumentar a concentração da riqueza nacional em mãos de poucos.
- 47 No Chile, o retorno à democracia, em linhas gerais, não significou ruptura com o modelo de liberalização da economia posto em prática ainda ao tempo da ditadura de Pinochet, sendo o país considerado exemplo bem sucedido dessa política econômica.
- 48 Para os defensores do neoliberalismo, uma regra de ouro a ser seguida por todos é a total abertura dos mercados, razão pela qual os países economicamente mais poderosos abrem mão de qualquer medida protecionista.
- 49 Na atualidade e em consonância com os princípios do Consenso de Washington, os Estados tendem a se afastar das disputas pelo mercado mundial, deixando às suas respectivas empresas a tarefa de ampliar sua participação no concorrido comércio global.
- 50 Na América Latina, os que questionam a implantação da Área de Livre Comércio das Américas (ALCA), tal como foi inicialmente proposta e defendida por muitos norte-americanos, o fazem por temer uma verdadeira encampação do mercado continental pelas poderosas economias do Norte, em especial a dos Estados Unidos da América.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Acerca das teorias da comunicação, julgue os itens a seguir.

- 51 Canais, comunicadores, conteúdos e efeitos são elementos de um paradigma comunicacional que rompeu com a estreita dimensão dos estudos comunicacionais aristotélicos, incorporando o ambiente cultural, particularmente o seu contexto sociopolítico, e deslocando a centralidade do foco analítico para a tecnologia que dá suporte ao processo comunicativo.
- 52 O ponto central da hipótese denominada Espiral do Silêncio é a capacidade de as pessoas perceberem o clima de opinião, independentemente do que sintam. Essas pessoas, ao perceberem — ou imaginarem — que a maioria das pessoas pensa diferentemente delas, acabam por se calarem e, posteriormente, a adaptarem, ainda que muitas vezes apenas verbalmente, suas opiniões às dos que elas imaginam ser a maioria.

Nos últimos anos, as tendências da *communication research* são de propostas teóricas capazes de ultrapassar o impasse do debate ideológico e, ao mesmo tempo, propor integrações possíveis, acerca de problemas específicos, entre domínios disciplinares diversos.

Mauro Wolff. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1987 (com adaptações).

Considerando as mudanças significativas ocorridas no campo da pesquisa em comunicação, julgue os itens que se seguem.

- 53 Uma das premissas dos estudos sobre os efeitos afirma que a comunicação é um processo que diz respeito à sociedade de massa e deve ser estudado nesse contexto e não como um processo individual.
- 54 Uma das principais diferenças entre o velho e o novo paradigma que se cria na pesquisa em comunicação é deixar de estudar casos singulares, em particular campanhas, para passar à cobertura global de todo o sistema das mídias de massa, centrada em determinadas áreas temáticas.
- 55 A hipótese *agenda setting* defende que as mídias de massa pretendem persuadir a opinião pública.
- 56 No âmbito das novas abordagens teóricas, destacam-se os estudos sobre *gatekeeping* ou filtragem da informação, que tratam do poder de censura das convicções ideológicas sobre os produtores de notícias.

A respeito da área denominada estudos culturais, julgue os itens seguintes.

- 57 As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, e suas relações com a sociedade e as mudanças sociais compõem o eixo principal de observação do Center for Contemporary Cultural Studies.
- 58 Os estudos culturais britânicos afirmam a natureza simbólica da cultura, razão pela qual a maioria dos estudos não relaciona a produção cultural às práticas econômicas.

Para iniciar um processo de estudo sobre características das relações públicas no Brasil, é necessário partir de dados sobre a realidade acadêmica da área, com o objetivo de estabelecer parâmetros que permitam traçar nossas primeiras hipóteses. A produção brasileira é o resultado do esforço de pesquisadores que acreditam na atividade e que vêm se dedicando, durante anos a fio, ao desenvolvimento de estudos que nos permitam conhecer um pouco mais de nossa identidade.

Maria Aparecida Ferrari. *Novos aportes das relações públicas para o século XXI*. In: *Comunicação e Sociedade*. São Paulo: UMEESP, 2003 (com adaptações).

Considerando o contexto da produção brasileira em relações públicas e o texto acima, julgue os itens subseqüentes.

- 59 É fundamental para a evolução das relações públicas no Brasil o desenvolvimento de estudos das culturas nacional e organizacional que possibilitem entender as práticas de relações públicas.
- 60 Entre as críticas que se fazem aos estudos sobre relações públicas no Brasil, destacam-se as freqüentes referências ao passado, seja às glórias da trajetória da profissão, seja à influência do período militar no seu desenvolvimento.
- 61 As definições de relações públicas, por serem nominais e descritivas, não expressam o que são as relações públicas pela sua essência, mas por suas propriedades e pela enumeração de suas diversas funções, estratégias e ações.

A atividade de relações públicas é a gestão da função política da organização. Tendo como base essa concepção, julgue os itens a seguir.

- 62 As relações públicas devem ser estudadas como uma atividade, ou seja, a partir da visão de como exercê-la.
- 63 Do ponto de vista operacional, relações públicas são o exercício da administração da função política organizacional, focado pelo processo de comunicação da organização com seus públicos.
- 64 Relações públicas são uma função política e, como tal, estão inseridas nas relações do Estado com seus públicos, nas instituições públicas ou privadas.

Considerando as relações públicas, julgue os itens a seguir.

- 65 As relações públicas começaram a adquirir contorno nos Estados Unidos da América a partir do final do século XIX e, principalmente, no final do século XX, em função das circunstâncias econômicas, políticas e sociais da época.
- 66 A estratégia é uma habilidade comunicacional, fundamental para a prática eficaz da própria comunicação.
- 67 A idéia de estratégia está intrinsecamente ligada, atualmente, à visão e ao *feeling* que o responsável pelo comando de uma situação ou função deve ter para enfrentar uma crise.

Os públicos são a razão de ser das relações públicas, são eles que determinam os diferentes modos da interação empresa-públicos. A maior dificuldade em relações públicas é encontrar um conceito de público ao qual se possa aplicar, de maneira lógica, portanto geral, as normas do relacionamento.

Fábio França. *Conceituação lógica de públicos em relações públicas. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*. UMESP, jun./2003, p. 17.

Considerando as questões sobre públicos, julgue os itens que se seguem.

- 68 Em relações públicas, deve-se tratar sempre em termos de público em geral, para não perder o sentido relacional característico dessa atividade.
- 69 São três as condições necessárias para a existência de um público: enfrentar um mesmo problema, reconhecer a existência do problema e se organizar para fazer alguma coisa acerca do problema.

Uma das instituições financeiras mais importantes das Américas Latina e Central, o banco XPTO, possui no Brasil uma rede com 50 agências posicionadas estrategicamente nos principais pólos econômico-financeiros do país.

Na década passada, o banco XPTO elaborou uma estratégia para se firmar no mercado de bancos varejistas, e aumentou os investimentos nesse sentido, visando ampliar seus negócios. Adotou o posicionamento de *niche player* e focou como clientes pessoas com renda mensal superior a R\$ 4.000,00. Esse tipo de cliente demandava administração financeira de seu patrimônio, crédito e atendimento personalizado e não se preocupava em pagar uma maior taxa por esse serviço.

Para aumentar seus resultados de forma contínua, o banco XPTO criou programas de adesão para pessoas especiais e, para isso, buscou soluções inovadoras de *marketing*. Uma das soluções propostas foi denominada XPTO Superior e foi definida e aplicada da seguinte forma:

- a) os interessados: determinou-se, com base em pesquisas sobre o mercado de produtos bancários, que havia um grupo de potenciais clientes que fazia parte da elite brasileira: pessoas físicas com formação superior em áreas de *status*;
- b) magnitude: o banco escolheu como público para o lançamento do novo produto profissionais da área médica residentes em cidades servidas pela rede do banco XPTO Brasil. A análise do mercado potencial apontou um total de 130.000 médicos, dos quais, 7.000 já eram clientes do banco;
- c) propostas: soluções com diferenciais que convencessem os clientes a utilizar o serviço. Essas propostas foram: *software* adaptado com finalidade de facilitar a administração do fluxo de caixa com um *link* direto ao *home banking* do banco XPTO (esse *software* acessa o *home banking* e exibe todas as operações da conta); facilidade na abertura de contas e elevado limite de crédito, da ordem de R\$ 7.000,00; atendimento personalizado, com um gerente de conta específico para atender os clientes do banco XPTO Superior e serviço de *courier* gratuito.

Acerca da situação hipotética apresentada no texto acima, julgue os itens de 70 a 76.

70 A expressão *niche player* significa que a empresa determinou a posição do seu produto no segmento de mercado.

71 O texto apresenta o objetivo do banco XPTO e a estratégia para alcançar esse objetivo.

72 O item a) determina o segmento de mercado.

73 O item b) aponta o nicho de mercado.

74 O banco XPTO utilizou a fragmentação de mercado, prática de *marketing* adotada atualmente pelas empresas de maior sucesso.

75 A fragmentação de mercado permite a criação de produtos genéricos voltados para públicos categorizados. É um instrumento desenhado a partir de pesquisas de mercado detalhadas, que evita a criação de produtos altamente personalizados para públicos-alvo com necessidades comuns.

76 A ação mais importante do banco XPTO pode ser corretamente classificada como uma vantagem de custo oferecida para seus clientes, obtida pela agregação de produto a baixo preço.

Com respeito à elaboração de projetos de relações públicas, julgue os itens subsequentes.

77 A avaliação de resultados é a última etapa do planejamento de relações públicas e pode ser implementada apenas ao final do processo para que a avaliação abranja o conjunto das etapas previstas, sem deturpar os objetivos e metas planejados.

78 A organização, mediante o estabelecimento de sua missão, afirma como deseja ser vista pelos seus públicos estratégicos, ou seja, espelha-se no futuro para agir no presente.

79 Auditoria de presença na mídia é uma técnica de pesquisa quantitativa que busca medir o espaço ou o tempo que uma empresa conseguiu obter na mídia.

80 Na análise *swot*, as oportunidades dizem respeito às variáveis internas da empresa que possibilitam o enfrentamento do cenário competitivo do mercado em que ela está localizada.

Uma empresa de tecnologia e serviços para a área de transporte — TECTRANS — atua desde 1980 na administração, operação e desenvolvimento comercial de terminais rodoviários de passageiros, terminais de ônibus urbanos e estacionamentos. Apesar da magnitude de seu trabalho, a presença da TECTRANS na comunidade não era notada como seria de se esperar. Para enfrentar esse problema, a empresa traçou um planejamento de relações públicas que incluía aumentar a visibilidade da TECTRANS junto a seus usuários, estabelecendo uma política de relacionamento; aumentar a visibilidade no meio empresarial, onde há possíveis parceiros, e intensificar as relações com a comunidade.

Para aumentar a visibilidade da empresa perante os usuários, optou-se por colocar a marca e o nome TECTRANS em evidência nos diversos *banners*, placas e cartazes que fazem a comunicação visual dos terminais.

Para a divulgação perante a sociedade civil, programaram-se visitas de escolas, universidades, empresas e órgãos públicos para conhecer o funcionamento dos terminais rodoviários a cargo da empresa.

Além disso, foram propostas atuações nas áreas cultural, social e de saúde, por meio de campanhas que atingiriam, ao mesmo tempo, os usuários que circulam pelos terminais, a comunidade que se desloca para os terminais em razão da iniciativa e o meio empresarial. Essa estratégia facilitaria a percepção de vantagens da exposição e a repercussão dessas campanhas.

Uma das propostas implementadas foi a de se aproveitar o espaço e o público potencial existentes nos terminais rodoviários para divulgar manifestações artísticas e culturais, proporcionando lazer à população.

Acerca da situação hipotética descrita no texto acima, julgue os itens a seguir.

- 81 Os itens citados no segundo parágrafo do texto são considerados metas.
- 82 As ações de divulgação perante a sociedade civil indicam uma estratégia adotada pelo plano de relações públicas.
- 83 As propostas implementadas pela empresa fazem parte de um programa de incentivo.
- 84 As propostas de atuação nas áreas cultural, social e de saúde são ações de *marketing* social, uma vez que não pretendem mudar atitudes nem vender a imagem institucional da TECTRANS.

Com relação a planejamento e elaboração de projetos de relações públicas, julgue os itens que se seguem.

- 85 A construção de um diagnóstico está diretamente relacionada com a fase inicial do planejamento, que consiste no levantamento de informações.
- 86 As etapas de um processo de planejamento incluem identificação da realidade situacional, análise de dados e construção de um diagnóstico, identificação dos públicos envolvidos, determinação de objetivos e metas, adoção de estratégias, estabelecimento de ações, definição de recursos e avaliação dos resultados.

A atividade de relações públicas tem como objeto as organizações e seus públicos, promovendo e administrando relacionamentos e muitas vezes mediando conflitos, valendo-se para tanto de estratégias e programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social.

Tendo o texto acima como referência, julgue os itens seguintes.

- 87 A função das relações públicas deve restringir-se à manutenção de uma marca, sob pena de se sobrepor às funções dos profissionais de *marketing*.
- 88 O *endomarketing* freqüentemente limita-se a ver os funcionários como clientes internos, mas a comunicação interna é assunto de comunicação corporativa e os interlocutores definem as relações sociais de produção e não as de consumo.
- 89 Programas que ampliam o relacionamento entre empresas e clientes são largamente praticados no mercado e estendidos, atualmente, aos públicos-chave da empresa: mídia, autoridades, líderes comunitários etc.

Julgue os itens subseqüentes com respeito a relações públicas.

- 90 Relacionamentos são construídos sobre familiaridade e conhecimento. Por isso, o *marketing* de relacionamento está fortemente ancorado na propaganda que cria o conhecimento do produto ou da marca, tornando-os familiares ao cliente.
- 91 Considere a seguinte situação hipotética.
A fim de comunicar mudanças importantes a seus executivos, o diretor-presidente de uma grande empresa solicitou ao departamento de comunicação que preparasse um boletim e um vídeo explicando essas mudanças e reforçando os valores e a missão da empresa para seus empregados e executivos.
Nessa situação, a atitude adotada pelo diretor-presidente é uma ação correta e eficaz, validada por décadas de pesquisa e pela experiência prática de diversas organizações.
- 92 O tratamento ordinário dos fatos organizacionais nas publicações empresariais impossibilita dimensionar a real importância da notícia.
- 93 A gestão de uma crise empresarial com a opinião pública começa com seu público interno — o primeiro que deve ser informado sobre o que aconteceu —, ressaltando as possíveis soluções e os prováveis desdobramentos.
- 94 Entende-se como identidade corporativa a idéia e os valores percebidos pelos vários públicos a respeito de determinada instituição.
- 95 As características de uma boa redação empresarial incluem frases curtas, voz passiva, ordem direta e economia verbal.

Texto I

A diretoria da empresa XYZ recomendou a seus gerentes a aplicação de técnicas administrativas que pudessem resultar em maiores satisfações do pessoal, e, conseqüentemente, fossem ampliados benefícios que redundassem em estabilidade emocional e surtisses efeitos na produtividade, ampliando a receita e melhorando o nível de produção da empresa.

Texto II

A diretoria da empresa XYZ recomendou a seus gerentes a aplicação de técnicas administrativas para estimular a integração com os empregados e aumentar a produtividade. A orientação foi buscar maior satisfação do pessoal por meio da ampliação de benefícios trabalhistas, com o objetivo de ampliar a receita e melhorar a produtividade.

A respeito dos textos I e II acima, julgue o item que se segue, acerca das técnicas de redação.

96 O texto I apresenta mais características de um texto empresarial que o texto II.

A	O prédio que foi abandonado pelos moradores é muito feio.
B	O prédio abandonado pelos moradores tem rachaduras nas estruturas, a cobertura está desabando e há sinais de infiltração em várias paredes externas e na garagem.
C	O belíssimo desempenho de nossa equipe de vendas superou com grande garbo nossas previsões de desempenho.
D	O desempenho da equipe de vendas superou nossas expectativas e todas as previsões de venda.

Considerando as frases da tabela acima, julgue os itens que se seguem, com referência a técnicas de redação.

97 Comparando-se as frases A e B, a que mais apresenta características de redação jornalística é a B.

98 Considerando-se as características de um texto empresarial, a frase C é mais bem redigida que a frase D.

Com relação às técnicas de redação, julgue os itens a seguir.

99 Um bom texto de relatório, além da formalidade, deve apresentar as seguintes características: ausência de pronomes pessoais, inexistência de abreviações, ausência de gíria e coloquialismo, uso de terceira pessoa.

100 Unidade é qualidade de um texto que visa um objetivo único. Todas as partes interligadas entre si concorrem para o mesmo fim, para esclarecer o sentido e completar a meta preestabelecida.

101 Um dos principais problemas da comunicação empresarial tem sido o grande volume de informações que descem para os níveis inferiores da organização e que não são avaliadas e controladas. A estratégia da ativação de canais participativos é adequada para fazer contraponto a essa estratégia.

102 Estabelecer eficientes critérios de captação é fundamental para ordenar a informação. A captação pode ser ordenada em quatro operações fundamentais: determinação do objeto, coleta de dados, análise das informações pesquisadas, síntese.

103 As publicações empresariais compartilham quase todas as técnicas jornalísticas; uma das exceções se dá quanto à periodicidade, que, no jornalismo empresarial, não precisa seguir os mesmos princípios que os da imprensa em geral.

104 A notícia empresarial integra os fluxos da comunicação de uma empresa. Esses fluxos podem dirigir-se tanto às partes internas da organização quanto ao meio ambiente externo à organização, assumindo tanto a direção vertical como a horizontal.

A respeito de pesquisa de *marketing*, julgue os itens que se seguem.

105 O recente conceito em pesquisa de *marketing*, denominado *store-specific marketing* (*marketing* para loja específica), volta-se para pequenos comerciantes de vizinhança e prega uma espécie de volta aos conceitos tradicionais de relacionamento com clientes.

106 Considere que a empresa Lave Bem utilizou serviços de pesquisa de *marketing* para testar um novo produto, o sabão Delicado, para roupas finas, em um teste de mercado simulado em laboratório, conseguindo como resultado a afirmativa de que a marca conquistaria uma fatia de 45% a 52% do mercado do seu concorrente mais próximo, marca líder do mercado. Nessa situação, o teste de mercado simulado em laboratório verifica a fatia do mercado disposta a trocar de marca de produto.

107 Enquanto a pesquisa de *marketing* foca principalmente no conteúdo das informações e na forma de obtê-las, o sistema de informações tem como foco o gerenciamento do fluxo de dados provenientes dos vários projetos diferentes e fontes secundárias até os administradores que irão utilizá-las.

108 Em uma pesquisa de *marketing*, a hipótese é a questão que se deseja esclarecer com a implementação da pesquisa.

109 Antes da escolha de uma abordagem para a pesquisa de *marketing*, é preciso fazer uma estimativa do valor das informações, ou seja, uma avaliação do custo de cada item para o qual se deseja obter uma resposta.

propósito da pesquisa	questões da pesquisa	hipóteses
que produto novo deveria ser criado?	quais as alternativas existentes para o serviço de refeições escolares?	Refeições embaladas individualmente são a melhor solução
que qualidade do produto seria eficiente em sua propaganda?	quais os benefícios que as pessoas buscam no produto?	construtos desconhecidos
como nossos serviços poderiam ser melhorados?	qual a natureza da insatisfação dos clientes?	suspeita-se que uma imagem muito impessoal seja a causa

Considerando a tabela acima, julgue o item subsequente, a respeito de pesquisas de mercado.

110 Na tabela, são mostrados os propósitos e as questões típicas de uma pesquisa do tipo descritivo.

Um conhecido produtor de vinhos da região de Caxias do Sul decidiu divulgar uma nova linha de produtos durante a última Expointer. Para isso, além da montagem de um estande para venda e degustação do produto, forneceu amostras para os camarotes de convidados especiais dos *shows* mais importantes do evento e em todas as entrevistas coletivas no comitê de imprensa. No último dia, foi realizado um evento que reuniu produtores e degustadores de vinhos para uma discussão polêmica: a quebra de qualidade de alguns vinhos tradicionais franceses.

Considerando o texto acima, julgue os seguintes itens.

111 No que concerne à categoria, a série de eventos promovidos pelo produtor de vinho pode ser corretamente classificada como mercadológica.

112 Partindo-se do princípio de que a Expointer é uma exposição, esta pode ser corretamente considerada como um evento único quanto à data ou à frequência.

113 A entrevista coletiva pode ser corretamente considerada como um evento caracterizado pela presença de especialista(s) em determinado assunto ou representante(s) de uma organização governamental ou empresarial que será(ão) questionado(s) por vários entrevistadores sobre tema de seu conhecimento.

114 O evento que ocorreu no último dia da Expointer pode ser corretamente classificado como mesa-redonda.

Considere que o presidente da República chegará a Porto Alegre no dia 15 de março de 2005 para um evento que será realizado no plenário da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul. Nesse evento, estarão presentes as seguintes autoridades: o presidente do Brasil, o presidente do Uruguai, o governador do Rio Grande do Sul, o presidente da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul e o prefeito de Porto Alegre.

Acerca dessa situação hipotética, da organização de eventos e de cerimonial, julgue os itens a seguir.

115 A colocação das bandeiras no plenário da Assembléia Legislativa deverá ser de acordo com a seqüência ilustrada abaixo, considerando que elas sejam colocadas de frente para o auditório.



Uruguai



Brasil



Rio Grande do Sul

116 O presidente da Assembléia Legislativa deverá presidir a cerimônia.

117 O lugar das autoridades à mesa, considerando-se que eles estejam de frente para o auditório, deverá ser, da esquerda para a direita: presidente da Assembléia Legislativa, presidente do Uruguai, presidente do Brasil, governador do Rio Grande do Sul e prefeito de Porto Alegre.

118 O ministro chefe da Casa Civil da Presidência da República deverá ocupar o primeiro lugar na ordem de precedência dos ministérios.

119 A figura abaixo representa o selo nacional.



120 Doutor não é forma de tratamento, mas sim título acadêmico, reservado aos profissionais que defenderam tese de doutorado. Profissionais que não apresentam essa titularidade devem receber o tratamento inerente à sua profissão, tais como jornalista, engenheiro etc.