



HOSPITAL DE  
**CLÍNICAS**  
PORTO ALEGRE RS

### **MISSÃO INSTITUCIONAL**

*Prestar assistência de excelência e referência com responsabilidade social, formar recursos humanos e gerar conhecimentos, atuando decisivamente na transformação de realidades e no desenvolvimento pleno da cidadania.*

## **EDITAL Nº 09/2007 DE PROCESSOS SELETIVOS**

### **PS 53 – RELAÇÕES PÚBLICAS I**

Nº de Inscrição

Nome do Candidato

**DIREITOS AUTORAIS RESERVADOS.**

**Proibida a reprodução, ainda que parcial, sem a prévia autorização da FAURGS e do HCPA.**



**FAURGS**

*Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul*

## HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

### EDITAL Nº 09/2007 DE PROCESSOS SELETIVOS

#### GABARITO APÓS RECURSOS

##### PROCESSO SELETIVO 53

##### RELAÇÕES PÚBLICAS I

01.	A	11.	B	21.	A	31.	E
02.	B	12.	C	22.	D	32.	A
03.	C	13.	A	23.	B	33.	D
04.	A	14.	D	24.	E	34.	B
05.	E	15.	E	25.	D	35.	D
06.	D	16.	C	26.	D	36.	C
07.	B	17.	B	27.	B	37.	D
08.	E	18.	E	28.	E	38.	C
09.	D	19.	C	29.	E	39.	C
10.	A	20.	A	30.	A	40.	A



## INSTRUÇÕES

- 01.** Verifique se este CADERNO DE PROVA corresponde ao **Processo Seletivo** para o qual você está inscrito. Caso não corresponda, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 02.** Esta PROVA consta de **42** questões, assim distribuídas: 40 questões objetivas e 2 questões dissertativas.
- 03.** Caso o CADERNO DE PROVA esteja incompleto ou apresente qualquer defeito, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 04.** Para cada questão objetiva existe apenas **uma** alternativa correta.
- 05.** Preencha com cuidado a FOLHA DE RESPOSTAS e responda às questões dissertativas diretamente no CADERNO DE RESPOSTAS, evitando rasuras. Eventuais marcas feitas na FOLHA DE RESPOSTAS a partir do número **41** serão desconsideradas.
- 06.** Utilize caneta esferográfica de tinta azul ou preta para assinalar as respostas das questões objetivas na FOLHA DE RESPOSTAS e para responder às questões dissertativas no CADERNO DE RESPOSTAS, nos espaços destinados a elas.
- 07.** Durante a prova, não será permitido ao candidato qualquer espécie de consulta a livros, códigos, revistas, folhetos ou anotações, nem o uso de telefone celular, transmissor/receptor de mensagem ou similares e calculadora.
- 08.** Ao terminar a prova, o candidato deverá entregar a FOLHA DE RESPOSTAS e o CADERNO DE RESPOSTAS ao Fiscal da sala.
- 09.** A duração da prova é de **4 horas**, já incluído o tempo destinado ao preenchimento da FOLHA DE RESPOSTAS e à elaboração das respostas das questões dissertativas no CADERNO DE RESPOSTAS. Ao final desse prazo, a FOLHA DE RESPOSTAS e o CADERNO DE RESPOSTAS serão **imediatamente** recolhidos.
- 10.** O candidato somente poderá retirar-se do recinto da prova após transcorrida 1 (uma) hora do seu início.
- 11.** A desobediência a qualquer uma das recomendações constantes nas presentes instruções poderá implicar a anulação da prova do candidato.

**Boa Prova!**

**Instrução:** As questões **01** e **07** referem-se ao texto abaixo.

### Falta cultura de separação

01. A separação conjugal já faz parte da vida da família contemporânea, seja como fato, seja como possibilidade. A questão é: como o fenômeno, que se tornou freqüente, atinge a vida dos filhos? Nas décadas de 1960 e 70, estudos científicos a respeito do impacto da separação dos pais na vida de crianças e adolescentes concluíram que os prejuízos à sua formação eram intensos e sérios.

09. Pesquisas mais recentes passaram a questionar tal certeza, mostrando que, depois de um tempo de sofrimento e adaptação, os filhos conseguem reorganizar suas vidas, alcançam um novo equilíbrio e continuam a se desenvolver e a viver com todo o potencial em ação. Mas de nada servem essas evidências se a maioria dos pais ainda acredita que essa possibilidade é mínima, como revela uma pesquisa do Datafolha.

17. Parece que as mudanças sociais antecedem as pessoais. A chegada do divórcio permitiu que casais se separassem sem ter de enfrentar os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato mudou radicalmente a situação a ser enfrentada pelos filhos. Entretanto, parece que ainda não demos sentido \_\_\_ essa nova realidade, já que insistimos em manter a idéia de que a formação da criança ficará prejudicada.

25. Falta dar um passo decisivo e deixar de considerar a separação em si prejudicial, inclusive porque a maioria das pessoas não está disposta \_\_\_ abdicar dessa possibilidade. A questão que agora se coloca é a de aprender a se separar – ainda estamos em fase de construção de uma cultura a respeito disso. A maneira como os pais se separam, como passam a se relacionar com o ex-cônjuge e com os filhos, a forma como comunicam a decisão a eles e a continuidade do exercício responsável do papel parental são fatores decisivos, capazes tanto de provocar prejuízos \_\_\_ formação das crianças como de ajudar a reduzir os danos resultantes da separação.

38. Embora a situação seja difícil para os adultos envolvidos, é preciso usar todos os recursos que a maturidade possibilita para poupar os filhos, o máximo possível, de vivências mais conflituosas e dolorosas do que as que já experimentam. Afinal, não foram os filhos que decidiram casar, gerar descendentes e depois dissolver a união. Como muitos filhos costumam dizer aos pais na adolescência, eles não pediram para nascer: foram desejados.

**Adaptado de: SAYÃO, Rosely. Falta cultura de separação. Disponível em <<http://blogdaroselysayao.blog.uol.com.br/index.html>>**

**01.** Assinale a alternativa que preenche correta e respectivamente as lacunas das linhas 22, 27 e 35.

- (A) a – a – à
- (B) à – a – a
- (C) à – à – à
- (D) à – a – a
- (E) a – à – a

**02.** Considere as seguintes afirmações sobre o conteúdo do texto.

- I - A chegada do divórcio, no plano legal e social, coincidiu com uma mudança de pensamento a respeito do desenvolvimento pessoal dos filhos de pais separados.
- II - Apesar de o divórcio ser uma prática já institucionalizada e socialmente aceita, muitos casais não sabem conduzir a separação de modo a causar menos impacto na vida dos filhos.
- III- Apesar da chegada do divórcio, os casais ainda não aprenderam a se separar, pois ainda se perpetua a cultura do casamento como instituição indissolúvel.

Quais estão corretas, de acordo com o texto?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e II.
- (E) Apenas II e III.

03. Considerando as idéias presentes no texto, assinale a alternativa que expressa, de forma adequada, o sentido da frase abaixo, extraída do texto.

***Mas de nada servem essas evidências se a maioria dos pais ainda acredita que essa possibilidade é mínima, como revela uma pesquisa do Datafolha.*** (l. 14-16)

- (A) Embora haja evidências de que os filhos de pais separados conseguem retornar a uma situação de equilíbrio, a maioria das pessoas acredita numa possibilidade mínima de haver graves prejuízos decorrentes de uma separação.
- (B) Apesar da crença generalizada nos prejuízos causados por uma separação, a maioria das pessoas ainda mantém esperanças de que os filhos possam retornar a uma situação de equilíbrio.
- (C) Embora seja possível superar o trauma de uma separação, a crença dos pais em prejuízos sérios decorrentes de um divórcio pode, por si só, dificultar o processo de restabelecimento dos filhos.
- (D) Apesar de a maioria dos pais acreditar numa capacidade mínima de restabelecimento dos filhos depois de sua separação, as evidências têm sido de pouco valor para que se sintam confiantes na recuperação dos filhos.
- (E) Embora pesquisas recentes apresentem evidências de que a recuperação dos filhos de pais separados seja mínima, as crenças destes pais não afetam o restabelecimento do equilíbrio dos filhos.

04. Considerando as idéias presentes no texto, assinale a alternativa que expressa, de forma adequada, o sentido da frase que inicia o terceiro parágrafo (l. 17).

- (A) Mudanças que afetam uma coletividade nem sempre são acompanhadas de mudanças na mentalidade de seus indivíduos.
- (B) Mudanças sociais são necessárias para que possam ocorrer mudanças no comportamento dos indivíduos de uma coletividade.
- (C) Mudanças sociais são uma decorrência de mudanças na mentalidade dos indivíduos de uma coletividade.
- (D) Mudanças pessoais somente podem acontecer depois de sancionadas pela coletividade.
- (E) Mudanças sociais somente podem acontecer depois de sancionadas pelos indivíduos que pertencem à coletividade.

05. As expressões ***o fenômeno*** (l. 03), ***disso*** (l. 30) e ***eles*** (l. 45) referem-se respectivamente a

- (A) separação conjugal – cultura – filhos
- (B) vida da família contemporânea – aprender a se separar – pais
- (C) separação conjugal – cultura – pais
- (D) vida da família contemporânea – aprender a se separar – filhos
- (E) separação conjugal – aprender a se separar – filhos

06. Assinale a única alternativa que apresenta para as expressões ***entretanto*** (l. 21), ***embora*** (l. 38) e ***como*** (l. 44) apenas substituições adequadas ao sentido das frases originais.

- (A) portanto – à medida que – porque
- (B) no entanto – mesmo que – logo
- (C) contudo – à medida que – porque
- (D) contudo – mesmo que – conforme
- (E) logo – ainda que – conforme

07. Assinale a única alternativa que apresenta, para a sentença abaixo, uma paráfrase que respeita a norma padrão.

***A chegada do divórcio permitiu que casais se separassem sem ter de enfrentar os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato mudou radicalmente a situação a ser enfrentada pelos filhos.*** (l. 18-21)

- (A) A chegada do divórcio permite que casais se separassem sem ter de enfrentar os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato muda radicalmente as situações a serem enfrentadas pelos filhos.
- (B) A chegada do divórcio permite que casais se separem sem ter de enfrentar os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato muda radicalmente as situações a serem enfrentadas pelos filhos.
- (C) A chegada do divórcio permite que casais se separem sem ter de enfrentarem os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato muda radicalmente as situações a serem enfrentadas pelos filhos.
- (D) A chegada do divórcio permite que casais se separassem sem terem de enfrentarem os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato muda radicalmente as situações a serem enfrentadas pelos filhos.
- (E) A chegada do divórcio permite que casais se separariam sem ter de enfrentar os preconceitos usuais da sociedade, e tal fato muda radicalmente as situações a serem enfrentada pelos filhos.

**08.** Assinale a alternativa que apresenta uma definição adequada de "cultura organizacional".

- (A) Modo de expressar-se de uma sociedade ou grupo, composto de um conjunto de produtos culturais, artesanal ou industrialmente realizados, que visam a atender aos mais diversos segmentos sociais na busca de resolução de problemas internos e externos, compartilhados entre seus membros.
- (B) Série conexa de fatos e idéias em função da qual os membros de uma organização pensam acerca de uma situação, tomam atitudes e emitem opiniões, fazendo com que, a partir de suas ações, estabeleça-se um diferencial na organização capaz de criar uma definição própria para seus fazeres.
- (C) Série conexa de fatos e axiomas em função da qual os membros de um grupo pensam, definem as situações, assumem o papel de cada um e do grupo em seu conjunto, emitem pensamentos consonantes e tomam atitudes unânimes, em um subsequente processo de comunicação dinâmico e constante.
- (D) Normas e valores específicos e verificáveis mediante a análise do conjunto de princípios e crenças básicas que os membros de determinada sociedade partilham e que a diferenciam de outra.
- (E) Conjunto de pressupostos básicos que um grupo inventou, descobriu ou desenvolveu ao aprender como lidar com os problemas de adaptação externa e integração interna, e que são utilizados para ensinar a novos membros a forma correta de perceber, pensar e agir em relação a esses problemas.

**09.** Em relação à comunicação e à mudança organizacional, considere as afirmações abaixo.

- I - O processo de mudança é o *locus* da prática comunicacional, o que torna impossível a existência de um sem o outro.
- II - As reais intenções, possibilidades e limitações de realização da mudança são expressas na dinâmica de articulação constitutiva mútua da prática comunicativa com o processo de mudança.
- III- A prática comunicacional caracteriza, particulariza e diferencia o processo de mudança, tendo, pois, efeito predominante sobre a mesma.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e II.
- (E) I, II e III.

**10.** Assinale a alternativa que contenha dois fatores que podem ser considerados vantagens indiretas das políticas de marcas corporativas a serviço dos objetivos organizacionais.

- (A) Serem fonte de atração para o recrutamento e aumentarem o sentido de grupo.
- (B) Serem uma âncora para os esforços de *marketing* e apoiarem as vendas.
- (C) Protegerem e diferenciarem a empresa.
- (D) Promoverem o reconhecimento pela empresa e criarem valores financeiros.
- (E) Favorecerem parcerias estratégicas e posicionarem a empresa.

**11.** A partir da relação de poder, podemos classificar os públicos em relações públicas como sendo de

- (A) interesse, opinião, influência e manifestação.
- (B) opinião, decisão, comportamento e consulta.
- (C) conduta, comportamento, interesse e autorização.
- (D) concordância, autorização, sondagem e consulta.
- (E) decisão, opinião, consulta e interesse.

**12.** Qual a justificativa para que a comunicação interna nas organizações deva merecer lugar de destaque?

- (A) Os públicos ligados à comunicação interna, quando reunidos em associações ou outros tipos de organizações, merecem os cuidados secundários da organização promotora do relacionamento.
- (B) Os grupos organizados sobressaem-se nas relações com a comunidade. Divididos em grupos de ação ou de pressão, podem formar um segmento de público dedicado à discussão de questões que afetam a comunidade.
- (C) Os públicos internos constituem, sob a perspectiva de uma gestão atual, os públicos mais importantes de uma organização. Eles são os maiores interessados no sucesso das organizações e são formadores e multiplicadores de opinião.
- (D) Através da comunicação interna é que os elementos provenientes dos grupos que têm expectativas em uma instituição estabelecem uma rede de relacionamentos dos interesses mais ou menos prementes.
- (E) Utilizando-se de veículos específicos, a comunicação interna tem a capacidade de transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação rápida, universal e transitória com um grande número de pessoas heterogêneas.

**13.** Considerando as diferentes conceituações de comunicação, assinale a afirmação correta.

- (A) A comunicação institucional é a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e uma identidade corporativa fortes e positivas de uma organização.
- (B) A comunicação mercadológica processa-se por meio de fluxos, níveis e redes. Seus objetivos buscam viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, lançando mão das ferramentas da comunicação institucional e mercadológica.
- (C) A comunicação administrativa é uma ferramenta estratégica para compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e à participação de todos no processo comunicacional.
- (D) A comunicação organizacional tem por finalidade transmitir, conduzir e, algumas vezes, recuperar a informação para estabelecer a comunicação limitada, orientada e freqüente com selecionado número de pessoas homogêneas e conhecidas.
- (E) A comunicação integrada, por meio da propaganda institucional, enfatiza os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização e contribui para o desenvolvimento do subsistema institucional, compreendido pela junção desses atributos.

**14.** Na comunicação integrada, as grandes áreas que fazem parte do composto da comunicação organizacional são:

- (A) o jornalismo empresarial, as relações públicas, a propaganda institucional, o *marketing* social.
- (B) o *marketing*, a propaganda, a promoção de vendas, as relações públicas.
- (C) os fluxos de comunicação, as redes formais e informais, os veículos de comunicação dirigida e de massa.
- (D) a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna, a comunicação administrativa.
- (E) as relações públicas, o jornalismo, a publicidade institucional, o *marketing* cultural.

**15.** No que se refere à comunicação integrada, considere as afirmações abaixo.

- I - A comunicação institucional, por meio das relações públicas, enfatiza os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização.
- II - A propaganda institucional é considerada uma publicidade de prestígio, cujo objetivo principal é a fixação de um conceito institucional.
- III - O jornalismo empresarial, uma subárea da comunicação organizacional, deve ser visto como proposta especializada da atividade jornalística.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e II.
- (E) I, II e III.

**16.** Na comunicação organizacional integrada, as relações públicas diferem de campos afins, como o jornalismo, porque, embora

- (A) possam colocar os meios de comunicação aos seus serviços, passam pela dispendiosa aquisição de espaço ou tempo de emissão nas diferentes mídias de massa.
- (B) possam usar ferramentas análogas para alcançar os públicos-alvo, têm como objetivo último contribuir para o êxito e a sobrevivência de uma organização.
- (C) recorram a técnicas comuns de obtenção e difusão de informação, estendem-se à resolução de problemas que possam afetar uma entidade e direcionam-se a públicos segmentados e restritos.
- (D) trabalhem com diferentes meios de comunicação, recorrem preferencialmente aos veículos de comunicação de massa para atingir melhor e mais rapidamente o seu público de interesse.
- (E) pertençam a uma área da comunicação mais especializada, a atividade de relações públicas corresponde, essencialmente, à coleta, à hierarquização, à seleção e ao tratamento da informação, bem como à sua veiculação através de um meio determinado para um vasto público.

**17.** O uso de veículos de comunicação de massa para veicular propaganda institucional de relações públicas tem por objetivo

- (A) conquistar a boa vontade da cúpula dirigente para que as proposições estratégicas sejam acolhidas.
- (B) assegurar a aceitação pública de uma organização junto ao público em geral.
- (C) resolver a percepção dos indivíduos no que se refere às mensagens transferidas.
- (D) localizar, selecionar e controlar integralmente o depositário da informação.
- (E) patentear as condições básicas à constituição de um relacionamento efetivo com os públicos.

**18.** Quais os recursos ou veículos que estão inseridos no âmbito da comunicação dirigida auxiliar?

- (A) Feira, exposição, inauguração, lançamento de produto.
- (B) Seminário, fórum, colóquio, painel.
- (C) Cartão-postal, relatório, filme, DVD.
- (D) Conferência, mesa redonda, seminário, assembléia.
- (E) Vídeo-jornal, filme, CD-ROM, DVD.

**19.** O fluxo da informação, a tipologia dos instrumentos e técnicas de relações públicas podem ser classificadas respectivamente, como \_\_\_\_\_: *lobby* e negociação; \_\_\_\_\_: brindes e correspondências; \_\_\_\_\_: *clipping* e *ombudsman*.

Assinale a alternativa que preenche, correta e respectivamente, as lacunas da frase acima.

- (A) instrumentos de entrada – instrumentos mistos – instrumentos aproximativos
- (B) instrumentos de saída – instrumentos de entrada – instrumentos auxiliares
- (C) instrumentos mistos – instrumentos de saída – instrumentos de entrada
- (D) instrumentos aproximativos – instrumentos de entrada – instrumentos de saída
- (E) instrumentos de entrada – instrumentos mistos – instrumentos de saída

**20.** Como veículo de comunicação dirigida, as reuniões podem ser classificadas nas seguintes categorias:

- (A) informativas, questionadoras, deliberativas, instrutivas, dialéticas.
- (B) expositivas, dialogais, participativas, restritivas, questionadoras.
- (C) coordenadas, questionadoras, participativas, dialogais, contributivas.
- (D) contributivas, deliberativas, educativas, dialogais, participativas.
- (E) transformadoras, ratificadoras, retificadoras, questionadoras, educativas.

**21.** Considere os veículos de comunicação abaixo.

- I - Quadro de avisos e caixa de sugestões
- II - Barra de holerite e cartograma
- III- Mala-direta e ideografias

Quais são considerados veículos da comunicação escrita?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas I e II.
- (D) Apenas I e III.
- (E) I, II e III.

**22.** Assinale a alternativa correta em relação à comunicação dirigida escrita.

- (A) O *folder* é uma publicação periódica que apresenta intervalos espaçados entre as edições.
- (B) O boletim de empresa substitui os quadros de avisos e, por sua natureza, permite um esquema de difusão mais demorado.
- (C) O memorando tem por finalidade integrar o funcionário ao ambiente de trabalho, mostrando-lhe direitos e deveres na sua fase de adaptação.
- (D) O *teaser* é um comunicado elaborado pela empresa para ser enviado à imprensa, sem intenção de publicação.
- (E) O requerimento é uma comunicação escrita de forma genérica, usado para que uma mesma informação seja passada a vários destinatários.

- 23.** Dentre as vantagens da internet para as relações públicas, destaca-se o fato de a mesma
- (A) substituir o contato pessoal e telefônico.
  - (B) eliminar barreiras geográficas e marcar presença em tempo integral.
  - (C) não exigir esforço contínuo e ser um recurso ilimitado.
  - (D) facilitar o contato com jornalistas e alcançar todos os públicos desejados.
  - (E) localizar o público-alvo e substituir o papel.

- 24.** A \_\_\_\_\_ é usada apenas no ambiente privado das empresas; a \_\_\_\_\_ é uma rede exclusiva de acesso dos parceiros de negócios da organização; a \_\_\_\_\_ oferece entretenimento, serviços e negócios aos seus usuários.

Assinale a alternativa que preenche correta, e respectivamente, as lacunas do texto acima.

- (A) internet – extranet – intranet
- (B) extranet – internet – intranet
- (C) intranet – internet – extranet
- (D) extranet – intranet – internet
- (E) intranet – extranet – internet

- 25.** Considere as afirmações abaixo, tendo como referência as normas do cerimonial público.

- I - O Vice-Presidente da República presidirá a cerimônia a que estiver presente se o Presidente da República não comparecer.
- II - A precedência entre Adidos Militares é regulada pelo cerimonial público.
- III- O Presidente da República presidirá sempre a cerimônia a que comparecer.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e III.
- (E) I, II e III.

- 26.** Os desvios éticos na área de relações públicas localizam-se no nível da função \_\_\_\_\_, quando decisões conscientes e intencionadas desencadeiam ações e resultantes prejudiciais aos direitos dos públicos. Outra situação é quando o profissional manipula \_\_\_\_\_ por intermédio dos instrumentos de comunicação, mentindo, suprimindo os fatos, ou aliciando-os para situações desfavoráveis.

Assinale a alternativa que preenche, correta e respectivamente, as lacunas do texto acima.

- (A) assessora – a mídia
- (B) auditora – as organizações
- (C) estética – a mídia
- (D) organizacional – os públicos
- (E) estratégica – as instituições

- 27.** As principais atividades que envolvem planejamento, organização e execução dos eventos são:

- (A) cerimonial, protocolo, publicidade.
- (B) organização, produção de material informativo e promocional, divulgação.
- (C) pesquisa, assessoria, avaliação.
- (D) definição de públicos, logística, publicidade.
- (E) estratégias, cronograma, avaliação.

- 28.** No que se refere à concepção do evento para as relações públicas, considere as afirmações abaixo.

- I - O evento abrange diferentes tipos de realizações, em função das necessidades das organizações e dos interesses dos públicos envolvidos, detectados no processo de planejamento.
- II - Existem diversas modalidades de eventos que os profissionais costumam desenvolver; entre eles estão congressos, convenções, simpósios, inaugurações, concursos, mostras e exposições, premiações, lançamentos de produtos etc.
- III- O evento é um excelente meio de comunicação dirigida aproximativa entre a organização que o promove e o público que dele participa.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e III.
- (E) I, II e III.

**29.** Quanto ao evento em relações públicas, é correto afirmar que

- (A) é um fato que propicia informação objetiva para elaboração de planos de comunicação.
- (B) constitui uma intervenção, promovida por pareceres e recomendações pormenorizadas, para que o sucesso empresarial seja compartilhado por todos os participantes da organização.
- (C) é uma função básica para a prática profissional no gerenciamento da comunicação nas organizações.
- (D) tem como funções examinar, avaliar, reorganizar e melhorar o sistema de comunicação e o desempenho das práticas comunicacionais.
- (E) é a execução de um acontecimento com os objetivos de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público de interesse.

**30.** Pode-se classificar os eventos, do ponto de vista das organizações, como:

- (A) institucionais e promocionais.
- (B) estratégicos e integradores.
- (C) internos e externos.
- (D) mercadológicos e internos.
- (E) integradores e informativos.

**31.** No que se refere a planejamento de relações públicas, considere as afirmações abaixo.

- I - O ponto de partida para desenvolver um planejamento de relações públicas é conhecer a cultura, a missão, a visão, a comunicação, os públicos, os valores, os produtos ou serviços.
- II - O exercício da função estratégica de relações públicas só é possível através do planejamento, pois o gestor de comunicação ou o profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ir além das técnicas.
- III - O papel fundamental do planejamento de relações públicas é o de exercer caráter pro ativo nas ações decorrentes dos relacionamentos das organizações com seus públicos.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e III.
- (E) I, II e III.

**32.** Os três subconjuntos de uma estratégia organizacional incluem determinar \_\_\_\_\_ da comunicação; decidir que \_\_\_\_\_ estão disponíveis para alcançar o que se pretende e diagnosticar \_\_\_\_\_ da organização.

Assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas do texto acima.

- (A) os objetivos – recursos – a reputação
- (B) os valores – instrumentos – a missão
- (C) o público alvo – veículos – conflitos
- (D) a missão – estratégias – a imagem
- (E) a visão – valores – o público alvo

**33.** A função de \_\_\_\_\_ permite detectar falhas ou desvios em qualquer fase do processo de relações públicas e providenciar a devida correção. Já a função de \_\_\_\_\_ é desenvolvida mediante a apreciação do comportamento do público envolvido, a fim de verificar a eficácia das práticas de comunicação adotadas.

Assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas do texto acima.

- (A) avaliação – controle
- (B) auditoria – assessoria
- (C) planejamento – avaliação
- (D) controle – avaliação
- (E) planejamento – controle

**34.** O planejamento da comunicação é importante para as organizações porque

- (A) exclui possibilidades de crises e conflitos com o público de interesse.
- (B) possibilita conduzir os esforços para objetivos pre-estabelecidos, por meio de estratégias adequadas e aplicação racional dos recursos disponíveis.
- (C) permite monitorar a opinião pública e executar ações de assessoria de imprensa, garantindo a imagem organizacional positiva.
- (D) coordena ações de responsabilidade social corporativa.
- (E) implementa auditorias mercadológicas e ações de *marketing*.

**35.** No que se refere ao planejamento em relações públicas no contexto organizacional, considere as afirmações abaixo.

- I - O planejamento é um processo sistematizado, sendo o plano, o programa e o projeto documentos desse processo.
- II - O programa, como instrumento do planejamento, está relacionado com a logística de implantação das ações ou atividades planejadas; ordena, no tempo e no espaço, as atividades a serem desenvolvidas.
- III - No planejamento de relações públicas é imprescindível um projeto de *marketing* global, com mensuração de resultados mercadológicos.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e II.
- (E) I, II e III.

**36.** A elaboração de um \_\_\_\_\_ deve considerar as ações a serem executadas, os objetivos, os procedimentos metodológicos, a alocação dos recursos humanos, materiais e financeiros. O \_\_\_\_\_ é a colocação sistematizada, no tempo e no espaço, das ações necessárias ao planejamento e à execução das atividades propostas. O \_\_\_\_\_ contém pressupostos básicos para a tomada de decisão e assume, como instrumento do planejamento, caráter geral e abrangente.

Assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas do texto acima.

- (A) plano – programa – projeto
- (B) programa – projeto – plano
- (C) projeto – programa – plano
- (D) plano – projeto – programa
- (E) programa – plano – projeto

**37.** No que se refere ao processo das relações públicas, considere as afirmações abaixo.

- I - O processo de relações públicas é circular, podendo ser expresso em um modelo constituído por observação, formação de políticas, investigação e análise, planificação, ação, avaliação e *feedback* da resposta dos públicos.
- II - A identidade de uma organização corresponde àquilo que os públicos pensam que a organização é. A imagem é projetada para o interior (auto-imagem) e para o exterior (imagem pública) e é sempre mais ou menos dissonante daquilo que a organização é.
- III - A definição da imagem estratégica implica investigação, a configuração de uma nova imagem implica planejamento, e a gestão da comunicação implica ação e adequação.

Quais estão corretas?

- (A) Apenas I.
- (B) Apenas II.
- (C) Apenas III.
- (D) Apenas I e III.
- (E) I, II e III.

**38.** Quais são as etapas do planejamento de relações públicas?

- (A) Ações estratégicas, táticas e operacionais.
- (B) Diagnóstico, prognóstico e execução de ações comunicacionais.
- (C) Pesquisa, planejamento, implantação e avaliação.
- (D) Delimitação de problemas e definição de oportunidades.
- (E) *Briefing*, assessoria e divulgação.

**39.** Em relações públicas, o que são *stakeholders*?

- (A) Assessores de planejamento organizacional.
- (B) Consultores especializados em *lobby*.
- (C) Públicos estratégicos.
- (D) Organizações concorrentes.
- (E) Auditores externos.

**40.** O levantamento de dados sobre a comunicação organizacional pode ser realizado através de

- (A) entrevistas, questionários, análise de documentos, reuniões e técnicas de pesquisa.
- (B) auditorias, diagnósticos e prognósticos.
- (C) auditoria de comunicação e análise mercadológica.
- (D) monitoramento, controle, observação direta e avaliação dos instrumentos de comunicação.
- (E) mapeamento e identificação dos públicos.

---

**Instrução:** Responda às questões de números **41** e **42** no CADERNO DE RESPOSTAS, de forma dissertativa, atendo-se ao solicitado em cada uma delas.

---

- 41.** Elabore um texto para ser inserido em um *banner* (cartaz) impresso destinado ao público interno, vinculado e desvinculado do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, no qual constem as seguintes informações, de modo a atender às características do veículo e do leitor ao qual se destina a mensagem:

Em 12 de setembro de 2006, o Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) repetiu a conquista do Prêmio Top Ser Humano – Categoria Empresa, conferido pela Associação Brasileira de Recursos Humanos/Seção RS (ABRH-RS). Nesta 14ª edição, o HCPA concorreu com o projeto "Programa Integrar: ação de acolhimento e valorização do novo funcionário". A premiação dá destaque ao Hospital, demonstrando que este valoriza o acolhimento e a integração dos profissionais que ingressam na instituição, oportunizando a todos as melhores condições de inserção no ambiente de trabalho, fazendo com que se sintam motivados e percebam a possibilidade de crescimento dentro da empresa.

- 
- 42.** Baseado nas informações abaixo e observando as características e o público especificado a seguir, redija um breve texto para ser veiculado através de *newsletter* (boletim ou carta informativa) eletrônico para o público interno vinculado e misto vinculado do Hospital de Clínicas de Porto Alegre.

A Secretaria Estadual da Saúde realiza anualmente a pesquisa Satisfação dos Usuários do Sistema Único de Saúde (SUS). Este ano, foram enviados 280 mil questionários a pacientes que utilizam o SUS em 325 hospitais gaúchos. Cerca de 20 mil responderam às questões avaliando instalações e equipamentos, qualidade do serviço, contentamento com profissionais de saúde, tempo de espera para atendimento e realização ou não de cobrança. O Hospital de Clínicas de Porto Alegre, pelo terceiro ano consecutivo, figura na relação dos dez melhores hospitais gaúchos. O certificado foi entregue no dia 19 de dezembro de 2007, no Centro Administrativo do Estado. O presidente do Hospital, professor Sérgio Pinto Machado, foi recebê-lo.