

CADERNO DE QUESTÕES



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 N.º 02/2013 DE PROCESSOS SELETIVOS

PS 21 - RELAÇÕES PÚBLICAS I (Assessoria de Comunicação)

Nome do Candidato: _____

Inscrição n.º: _____ - _____



Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul



HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

EDITAL N.º 02/2013 DE PROCESSOS SELETIVOS

GABARITO APÓS RECURSOS

PROCESSO SELETIVO 21

RELAÇÕES PÚBLICAS I (Assessoria de Comunicação)

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



HOSPITAL DE
CLÍNICAS
PORTO ALEGRE RS

INSTRUÇÕES

- 1 Verifique se este CADERNO DE QUESTÕES corresponde ao Processo Seletivo para o qual você está inscrito. Caso não corresponda, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 2 Esta PROVA consta de **42** (quarenta e duas) questões, assim distribuídas: **40** (quarenta) questões objetivas, **01 a 10** (Português), **11 a 40** (Conhecimentos Específicos), valendo 0,20 ponto cada, e **duas** (2) questões dissertativas, valendo 1,00 ponto cada.
- 3 Caso o CADERNO DE QUESTÕES esteja incompleto ou apresente qualquer defeito, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 4 Para cada questão objetiva, existe apenas **uma** (1) alternativa correta.
- 5 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.
- 6 **O candidato deverá responder à Prova Escrita Objetiva/Dissertativa, utilizando caneta esferográfica de tinta azul, fabricada em material transparente. Não será permitido o uso de lápis, lapiseira/grafite e/ou borracha e de caneta que não seja de material transparente durante a realização da Prova.** (conforme subitem 7.15.2 do Edital de Abertura)
- 7 Durante a prova, não será permitida ao candidato qualquer espécie de consulta a livros, códigos, revistas, folhetos ou anotações, nem será permitido o uso de telefone celular, transmissor/receptor de mensagem ou similares e calculadora.
- 8 Ao terminar a prova, o candidato deverá entregar a FOLHA DE RESPOSTAS e o CADERNO DE RESPOSTAS ao Fiscal da sala.
- 9 A duração da prova é de **quatro (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 se retirar da sala de Prova uma (1) hora após o seu início. Se quiser levar o Caderno de Questões da Prova Escrita Objetiva/Dissertativa, o candidato somente poderá se retirar da sala de Prova uma hora e meia (1h30min) após o início. O Candidato não poderá anotar/copiar o gabarito de suas respostas de Prova.**
- 11 **O candidato que se retirar da sala de Prova, ao concluí-la, não poderá utilizar sanitários nas dependências do local de Prova.** (conforme subitem 7.15.7 do Edital de Abertura)
- 12 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** a **05** referem-se ao texto abaixo.

01. Há poucos meses dei carona para o filho de uma
02. conhecida. Durante o trajeto, não consegui uma única
03. frase coerente. Havia um atraso nas frases dele, e
04. elas não faziam sentido. Na mesma noite liguei para a
05. mãe e perguntei se ela notara algo de diferente. Ela
06. disse que o filho estava mais lento, faltando mais que
07. o habitual na universidade e, ___ vezes, parecia rir à
08. toa. Ela atribuiu aquilo tudo ao uso esporádico de
09. maconha, que ela considerava normal nessa fase.

10. Será que os pais estão atentos às mudanças de
11. comportamento dos filhos? É claro que a adolescência
12. e o começo da vida adulta são momentos de oscilação
13. emocional. Lógico também que os jovens têm padrões
14. de comportamento distintos dos adultos. Os pais que
15. toleram o uso eventual de maconha podem até esperar
16. alguns momentos de lentidão. Mas as alterações
17. descritas são muito perceptíveis e chamariam ___
18. atenção de qualquer um. Por que, então, demora
19. tanto para cair a ficha dos pais?

20. Perceber logo que algo vai mal pode ser determinante
21. no sucesso de uma eventual intervenção. Se o
22. problema for uma depressão, relativamente comum
23. entre os mais jovens, os riscos de autoagressão e
24. suicídio aumentam se a doença avança. Se o caso for
25. de um quadro psicótico (a esquizofrenia costuma se
26. manifestar, pela primeira vez, nessa fase), quanto mais
27. cedo o diagnóstico, menores os *déficits* e os eventuais
28. impactos na vida do jovem. Se for a dependência
29. de algum tipo de droga, o acompanhamento mais rápido
30. reduz riscos. Estudos recentes relacionam ___ maconha
31. na adolescência a futuros quadros psicóticos.

32. Por mais tolerantes que os pais sejam, mudanças
33. bruscas merecem atenção e cuidado. É importante
34. não confundir a autonomia dada ao jovem que entra
35. na universidade com a ausência de resposta por parte
36. dos pais. Se o jovem está muito diferente, isso pode
37. ser sinal de que algo não vai bem.

Adaptado de BOUER, Jairo. *Como dar liberdade sem descuidar*.
<http://revistaepoca.globo.com/Vida-util/jairo-bouer/noticia/2013/03/como-dar-liberdade-sem-descuidar.html> - acessado em 25 de abril de 2013.

01. Assinale a alternativa correta, de acordo como texto.

- (A) Fumar maconha é normal na fase da adolescência.
- (B) A adolescência e o começo da vida adulta são momentos em que é anormal apresentar algum tipo de depressão.
- (C) Os jovens devem ter padrões de comportamento semelhantes aos dos adultos.
- (D) Fumar maconha na adolescência pode estar relacionado ao desenvolvimento de quadros psicóticos.
- (E) Os pais não costumam confundir a autonomia dada ao jovem que entra na universidade com a ausência de resposta.

02. Os pronomes *dele* (l. 03) e *ela* (l. 09) fazem referência, respectivamente, a:

- (A) *filho de uma conhecida* (l. 01-02) e *carona* (l. 01)
- (B) *filho de uma conhecida* (l. 01-02) e *maconha* (l. 09)
- (C) *filho de uma conhecida* (l. 01-02) e *mãe* (l. 05)
- (D) *atraso* (l. 03) e *mãe* (l. 05)
- (E) *atraso* (l. 03) e *maconha* (l. 09)

03. A palavra que melhor substitui *esporádico* (l. 08) é

- (A) contínuo.
- (B) esparso.
- (C) concomitante.
- (D) epidêmico.
- (E) frequente.

04. Assinale a alternativa que preenche, correta e respectivamente, as lacunas das linhas 07, 17 e 30.

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

05. Considere as afirmações a seguir.

- I - Pais intolerantes demoram a perceber que os filhos não estão bem.
- II - A depressão é relativamente comum entre os jovens.
- III- Intervir cedo pode ser sinônimo de sucesso quando algo vai mal com os filhos.

Quais estão corretas, de acordo com o texto?

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

Instrução: As questões 06 a 10 referem-se ao texto abaixo.

01. Desde que o mundo passou pela revolução industrial
02. e a transição entre ___ infância e a vida adulta se
03. consolidou na forma de adolescência, a noção de que
04. é fundamental se divertir nessa fase da vida ganhou
05. espaço. Nesse momento em que o indivíduo já tem
06. autonomia, mas ainda não tem de responder ___
07. exigências da vida adulta, diversão, festa e balada
08. são elementos tão importantes quanto estudo e
09. trabalho.

10. Não dá para imaginar o jovem separado de seu
11. grupo em momentos de festa. Como tudo no mundo,
12. ___ baladas ganharam tecnologia e marketing.
13. Shows gigantescos, festivais que duram dias, casas
14. noturnas com capacidade inimaginável antes são
15. extremamente atraentes e sedutores para quem quer
16. ver, ser visto e, acima de tudo, para quem quer se
17. divertir. Impedir o jovem de viver esses momentos é
18. tornar a vida dele mais insípida e chata.

19. Boa parte das campanhas de prevenção dirigidas aos
20. jovens esbarra justamente nesse detalhe fundamental.
21. Como trabalhar cuidado e responsabilidade no
22. momento em que os botões da razão são desligados
23. em favor da alegria, do prazer e da diversão?

24. Exatamente por isso se espera que os locais que
25. se propõem a oferecer estrutura de lazer para
26. abrigar esses jovens possam oferecer segurança e
27. tranquilidade.

28. Infelizmente, a realidade está bem longe de
29. ser assim. Casas superlotadas, com poucas saídas e
30. rotas de fuga, vigiadas por seguranças truculentos, são
31. situações extremamente comuns.

32. Não adianta imaginar que esse cenário vá afugentar
33. os jovens. "Para onde eu vou hoje?" É lógico que é
34. para a festa que terá mais gente, melhor música e
35. mais bebida. Quem quer ir para um lugar mais calmo
36. e tranquilo é adulto. Jovem quer multidão.

37. Enquanto jovem for jovem, festa e diversão
38. continuarão a ser o ponto fora da curva de uma rotina
39. de trabalho e estudo. Que bom que seja assim.
40. Sem isso, a vida ficaria enfadonha. É papel dos
41. estabelecimentos que promovem esses eventos e
42. dos órgãos de fiscalização garantirem que essas
43. ocasiões sejam cercadas de cuidado e respeito com a
44. vida de todos.

Adaptado de BOUER, Jairo. *Atraídos pelo agito e pela multidão.*

<http://revistaepoca.globo.com/Vida-util/jairo-bouer/noticia/2013/02/atraididos-pelo-agito-e-pela-multidao.html> - acessado em 25 de abril de 2013.

06. Considere as afirmações abaixo.

- I - É papel dos jovens zelar pela sua segurança.
- II - Ainda que não haja segurança, o jovem irá para a festa que tiver mais gente, melhor música e mais bebida.
- III- A ideia de que a adolescência é o momento para se divertir ganhou espaço após a revolução industrial.

De acordo com o texto, quais estão corretas?

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

07. Assinale a alternativa que preenche, correta e respectivamente, as lacunas das linhas 02, 06 e 12.

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

08. *Nesse momento* (l. 05) e *elementos* (l. 08) fazem referência, respectivamente, a:

- (A) *revolução industrial* (l. 01) e *diversão, festa e balada* (l. 07)
- (B) *revolução industrial* (l. 01) e *exigências da vida* (l. 07)
- (C) *adolescência* (l. 03) e *diversão, festa e balada* (l. 07)
- (D) *adolescência* (l. 03) e *exigências da vida* (l. 07)
- (E) *vida adulta* (l. 02) e *diversão, festa e balada* (l. 07)

09. Assinale a palavra que, se substituísse *enfadonha* (l. 40), mudaria o sentido do texto.

- (A) aborrecida
- (B) entediante
- (C) enfastiante
- (D) extasiante
- (E) enfadosa

10. Assinale a alternativa **INCORRETA**, de acordo com o texto.

- (A) Na adolescência, festa e diversão são tão importantes quanto estudo e trabalho.
- (B) O ideal, para a segurança dos jovens, seria frequentar locais calmos e tranquilos.
- (C) Shows e festas com muitas pessoas são muito sedutores para os adolescentes.
- (D) Locais pouco seguros não são capazes de afugentar os jovens.
- (E) Jovens gostam de festivais que duram dias.

11. Os veículos de comunicação dirigida escrita proporcionam uma durabilidade maior das informações apresentadas e servem como material de referência. Podemos considerar como publicações de periodicidade típica:

- (A) *newsletter* – balanço social – mural – revista da empresa.
- (B) *newsletter* – balanço social – jornal mural – anais.
- (C) circular – almanaque – boletim informativo – cartilha.
- (D) jornal da empresa – anais – cartilha – catálogo.
- (E) jornal da empresa – revista da empresa – encarte – catálogo.

12. A implementação de redes corporativas internas nas empresas, denominadas intranets, facilita e agiliza a comunicação com o público interno. Nesse contexto, assinale a afirmativa **INCORRETA**.

- (A) Através da intranet é possível publicar informativos e comunicados internos.
- (B) Treinamentos aos funcionários podem ser fornecidos através da intranet.
- (C) A intranet, em nenhum caso, substitui a impressão de materiais para distribuição ao público interno.
- (D) Pesquisas, como por exemplo, a de clima organizacional, podem ser realizadas pela intranet.
- (E) Na intranet, a informação é mais atualizada e está disponível a qualquer hora.

13. O decreto n.º 70.274, da Presidência da República, de 9 de março de 1972, regulamenta: *A Bandeira Nacional pode ser usada em todas as manifestações do sentimento patriótico dos brasileiros, de caráter oficial ou particular*. Com relação ao uso de bandeiras, assinale a afirmativa correta.

- (A) Bandeiras estrangeiras, quando em dispositivos, deverão ser distribuídas à esquerda e à direita da Nacional, sempre por ordem alfabética dos países.
- (B) As bandeiras estrangeiras poderão ser hasteadas sozinhas em qualquer local do país.
- (C) A pessoa que hasteia a bandeira deve ficar sempre de lado para o público.
- (D) A bandeira deverá ser hasteada à esquerda de tribunas, púlpitos, mesas de reunião etc.
- (E) A ordem de distribuição das bandeiras dos estados e do Distrito Federal é determinada pela constituição histórica dos mesmos, ou seja, data de criação.

14. O _____ é um resumo de todas as informações coletadas mais relevantes, compreendendo: dados gerais sobre a organização, âmbito de atuação, negócios, missão, pontos fortes e fracos, públicos, definindo-os e caracterizando-os para eleger os mais prioritários para ações imediatas.

Assinale a alternativa que completa corretamente a lacuna do texto acima.

- (A) *briefing*
- (B) *marketing*
- (C) *brainstorming*
- (D) *merchandising*
- (E) *benchmarking*

15. De acordo com Roberto Porto Simões (1995), a empresa, para se comunicar com seus públicos, utiliza diversos instrumentos, que podem ser mistos, de entrada ou de saída. Assinale a alternativa que apresenta instrumento misto.

- (A) *Clipping*.
- (B) Brindes.
- (C) Propaganda institucional.
- (D) Cerimonial e protocolo.
- (E) Pesquisa de opinião.

16. As funções básicas de Relações Públicas, como _____, _____ e _____, têm caráter estratégico, pois suportam os relacionamentos estabelecidos e necessários para a boa imagem da empresa com seus públicos. A função de _____, por exemplo, orienta a direção sobre as ações a serem realizadas para atingir as metas.

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

- (A) consultoria – assessoramento – execução – avaliação
- (B) execução – coordenação – avaliação – planejamento
- (C) controle – planejamento – consultoria – controle
- (D) coordenação – pesquisa – avaliação – assessoramento
- (E) coordenação – pesquisa – avaliação – execução

17. Assinale a alternativa que apresenta o Decreto que regulamenta a profissão de Relações Públicas e sua respectiva data de publicação.

- (A) Decreto n.º 62.280 – 1º de janeiro de 1968.
- (B) Decreto n.º 63.280 – 26 de março de 1970.
- (C) Decreto n.º 63.283 – 26 de setembro de 1968.
- (D) Decreto n.º 62.283 – 1º de janeiro de 1970.
- (E) Decreto n.º 63.284 – 26 de setembro de 1968.

18. Considere as seguintes ações por parte de um serviço de Relações Públicas.

- I - Reportar-se diretamente à alta administração da empresa e estar integrado ao departamento de marketing.
- II - Desenvolver programas e planos estratégicos e estar integrado às demais funções de comunicação.
- III- Trabalhar a compreensão mútua entre a organização e os públicos e ter as suas propostas alinhadas ao pensamento da alta administração.

Quais ações conferem excelência ao serviço e permitem que este contribua efetivamente para a organização?

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

19. A _____ de uma empresa é a manifestação visual de sua realidade, transmitida através de nome, logomarca e folheteria. A _____ é a forma como a empresa é percebida pelos diferentes públicos. Já a _____ é construída ao longo do tempo e está baseada na percepção de todos os públicos.

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

- (A) imagem – identidade visual – visão
- (B) reputação – identidade – imagem
- (C) identidade visual – imagem – missão
- (D) identidade – missão – visão
- (E) identidade – imagem – reputação

20. Conforme definição de Roberto Porto Simões (1995), tudo o que é realizado pela organização, incluindo o que está ligado ao profissional de Relações Públicas, deve seguir os princípios da arte do bem viver que, em si própria, contém os princípios da filosofia da harmonia do comportamento. Dessa forma, a função e a atividade de relações públicas devem ser

- (A) sérias e comprometidas.
- (B) éticas e estéticas.
- (C) morais e éticas.
- (D) sensíveis e dinâmicas.
- (E) morais e estratégicas.

21. Considere as seguintes afirmações sobre comunicação organizacional.

- I - Para uma estratégia de comunicação coerente, devem ser analisadas as estratégias da empresa, os públicos-alvo e a transmissão adequada da mensagem.
- II - A melhor maneira de estruturar e o que incluir na mensagem são questões indispensáveis para uma comunicação eficaz.
- III- Depois de feita a comunicação com o público-alvo, é preciso avaliar os resultados e determinar se o objetivo foi atingido.

Quais estão corretas?

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

22. Quais são as instituições de fiscalização profissional responsáveis, perante a sociedade, pela qualidade dos serviços prestados pelos profissionais de Relações Públicas?

- (A) Ministérios do Trabalho e da Educação.
- (B) Conselhos Regionais e Federal dos Profissionais de Relações Públicas.
- (C) Associação dos Profissionais de Relações Públicas e Ministério do Trabalho.
- (D) Ministério da Educação e Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.
- (E) Associação e Conselho dos Profissionais de Relações Públicas.

23. Considere as seguintes afirmações à luz do Código de Ética dos profissionais de Relações Públicas.

- I - É dever fundamental do profissional colaborar com os cursos de formação de profissionais de Relações Públicas no aconselhamento e orientação aos futuros profissionais.
- II - O profissional de Relações Públicas pode atender quaisquer clientes, mesmo os que sejam concorrentes, sem precisar de autorização.
- III - Quando o profissional de Relações Públicas faz parte de uma equipe, o cliente não precisa ser informado de que seus colegas poderão ter acesso a materiais referentes aos projetos e ações, pois todos fazem parte da mesma empresa.

Quais estão corretas?

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

24. NÃO podemos considerar como veículos aproximativos:

- (A) conferências, palestras e conversas.
- (B) jornal interno, mural e mala-direta.
- (C) eventos culturais, esportivos e musicais.
- (D) visitas, feiras e exposições.
- (E) serviços prestados à comunidade, concurso e patrocínio.

25. A formulação de um plano estratégico de comunicação organizacional compreende, entre outras, as seguintes etapas de elaboração:

- (A) pesquisa, diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação.
- (B) análise do ambiente externo, pesquisa, planejamento e montagem do orçamento.
- (C) pesquisa, diagnóstico, determinação de objetivos e montagem do orçamento.
- (D) definição do negócio, diagnóstico, divulgação do plano e implementação.
- (E) definição do negócio, implementação, avaliação e gestão estratégica da comunicação.

26. Considere as afirmações abaixo no âmbito da comunicação integrada.

- I - O Jornalismo forma, com as Relações Públicas e a Propaganda, o tripé clássico que organiza o fluxo de informações de uma organização.
- II - A Assessoria de Imprensa é a principal ferramenta nas mediações com o grande público, a opinião pública e a sociedade.
- III - As Relações Públicas são responsáveis, em conjunto com as demais subáreas da comunicação, pela construção da credibilidade da empresa.

Quais estão corretas?

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

27. Os convites são fundamentais em qualquer evento. Assinale a alternativa correta em relação ao planejamento e envio de convites.

- (A) No convite para as autoridades, não se deve mencionar se farão parte ou não da mesa principal.
- (B) Os convites enviados para autoridades que fazem parte do círculo de relacionamentos pessoais de membros da instituição deverão ser os mais formais.
- (C) Primeiro são enviados os convites para depois se definir a forma de confirmação de presença.
- (D) No caso de formaturas, parentes e amigos dos formandos deverão receber os convites pelo correio.
- (E) Atualmente, nos convites, não é informado o traje a ser utilizado na cerimônia.

28. A importância da _____ está no fato de ela permitir que se estabeleça uma política global de comunicação, em função de uma coerência maior entre os diversos programas da área, de uma linguagem única, além de evitar sobreposições de tarefas.

Assinale a alternativa que preenche corretamente a lacuna do texto acima.

- (A) comunicação administrativa
- (B) comunicação corporativa
- (C) comunicação institucional
- (D) comunicação integrada
- (E) comunicação interna

29. Considerando as definições de Sara Gomes (2007), numere a segunda coluna de acordo com a primeira, relacionando os tipos de eventos às suas respectivas características específicas.

- (1) Conferência
 - (2) Congresso
 - (3) Mesa-redonda
 - (4) Seminário
 - (5) Simpósio
- () Encontro de alto nível do qual participam especialistas e uma plateia selecionada. Dessa reunião participa um moderador, controlando os horários. Não há debate entre os expositores, apenas a plateia faz perguntas.
 - () Ciclo de palestras técnicas a respeito de um determinado assunto, visando à especialização dos participantes em alguma área específica.
 - () Sessões gerais com a participação de um grupo heterogêneo, interessado em temas específicos. A apresentação é feita por um expositor, para um público desconhecido que, após a apresentação, poderá participar fazendo perguntas.
 - () Evento de grande porte, com o objetivo de estudar e discutir diversos temas de uma determinada área de atuação.
 - () Reuniões de pequenos grupos compostos por conhecedores de um determinado tema. Pode haver troca de opiniões, de esclarecimentos e de conhecimentos. Um moderador é escolhido para dinamizar as exposições, controlando o tempo. Ao final, é aberto um debate entre os próprios expositores, do qual participará o público.

Assinale a sequência correta de preenchimento dos parênteses, de cima para baixo.

- (A) 1 – 3 – 2 – 4 – 5
- (B) 5 – 4 – 1 – 2 – 3
- (C) 1 – 2 – 3 – 4 – 5
- (D) 5 – 3 – 1 – 2 – 4
- (E) 3 – 5 – 4 – 2 – 1

30. Considerando um evento com a presença das seguintes autoridades: Reitor de Universidade Federal, Procurador-geral da Justiça, Ministro da Educação, Presidente da Câmara de Vereadores e Senador da República, qual a ordem de precedência correta?

- (A) Presidente da Câmara de Vereadores – Ministro da Educação – Reitor de Universidade Federal – Procurador-geral da Justiça – Senador da República
- (B) Ministro da Educação – Senador da República – Presidente da Câmara de Vereadores – Procurador-geral da Justiça – Reitor de Universidade Federal
- (C) Presidente da Câmara de Vereadores – Senador da República – Ministro da Educação – Reitor de Universidade Federal – Procurador-geral da Justiça
- (D) Ministro da Educação – Procurador-geral da Justiça – Senador da República – Reitor de Universidade Federal – Presidente da Câmara de Vereadores
- (E) Senador da República – Ministro da Educação – Procurador-geral da Justiça – Presidente da Câmara de Vereadores – Reitor de Universidade Federal

31. Com relação à comunicação dirigida, assinale as afirmativas abaixo com **V** (verdadeiro) ou **F** (falso).

- () A comunicação dirigida é o processo que tem por finalidade estabelecer comunicação ampla e abrangente, direcionada aos diversos públicos.
- () A escolha adequada do veículo de comunicação dirigida proporciona um *feedback* mais rápido, mas isso não significa que os efeitos produzidos possam ser analisados imediatamente.
- () Com foco na comunicação dirigida, o primeiro passo do setor de Relações Públicas é caracterizado pela determinação dos grupos e identificação dos públicos.
- () Os veículos de comunicação dirigida são instrumentos por meio dos quais são transmitidas mensagens com a finalidade de atingir o público receptor.

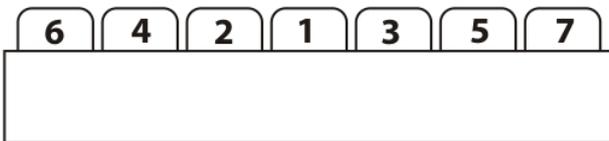
A sequência correta de preenchimento dos parênteses, de cima para baixo, é

- (A) V – V – F – F.
- (B) F – V – F – V.
- (C) F – F – V – F.
- (D) F – F – V – V.
- (E) V – F – F – V.

32. As cerimônias de posse podem ocorrer em pátio ou saguão, com as pessoas em pé, ou ainda, em auditório, com a montagem de mesa de honra. Considere uma cerimônia de posse de diretoria de entidade empresarial, em auditório, com composição de mesa e a presença das seguintes autoridades:

- Governador
- Ministro
- Prefeito
- Presidente a ser empossado
- Presidente atual
- Presidente da Assembleia Legislativa
- Presidente do Tribunal de Justiça

Observe a figura e assinale a alternativa que corresponde à correta disposição das autoridades na mesa.



PLATEIA

- (A) 1 (Governador); 2 (Ministro); 3 (Presidente da Assembleia Legislativa); 4 (Presidente do Tribunal de Justiça); 5 (Prefeito); 6 (Presidente a ser empossado); 7 (Presidente atual).
- (B) 1 (Governador); 2 (Ministro); 3 (Prefeito); 4 (Presidente da Assembleia Legislativa); 5 (Presidente do Tribunal de Justiça); 6 (Presidente a ser empossado); 7 (Presidente atual).
- (C) 1 (Ministro); 2 (Governador); 3 (Prefeito); 4 (Presidente da Assembleia Legislativa); 5 (Presidente do Tribunal de Justiça); 6 (Presidente atual); 7 (Presidente a ser empossado).
- (D) 1 (Prefeito); 2 (Governador); 3 (Ministro); 4 (Presidente do Tribunal de Justiça); 5 (Presidente da Assembleia Legislativa); 6 (Presidente a ser empossado); 7 (Presidente atual).
- (E) 1 (Governador); 2 (Presidente da Assembleia Legislativa); 3 (Prefeito); 4 (Ministro); 5 (Presidente do Tribunal de Justiça); 6 (Presidente a ser empossado); 7 (Presidente atual).

33. Assinale a alternativa correta com relação ao gerenciamento de crise, do ponto de vista da comunicação institucional.

- (A) Toda empresa deve procurar investir em uma política de segurança e prevenção de problemas, de modo a minimizar a possibilidade de imprevistos.
- (B) Quanto maior a exposição de uma empresa e/ou de seus produtos, mais difícil passar por alguma situação de crise.
- (C) Todos os conceitos de qualidade devem ser praticados exclusivamente pelos funcionários de mais alto nível.
- (D) As pequenas situações de risco não precisam ser abordadas, para não gerar especulação entre os funcionários.
- (E) Todas as informações devem ficar restritas aos diretores da empresa.

34. O que são *stakeholders*?

- (A) Grupos organizados.
- (B) Públicos autênticos.
- (C) Auditores externos.
- (D) Públicos intermediários.
- (E) Públicos estratégicos.

35. Segundo Waldyr Gutierrez Fortes (2011), no planejamento de um evento, os resultados da(o) _____ visam determinar a possibilidade e o momento de o evento acontecer. Após uma análise criteriosa dos recursos disponíveis é que se decide pela realização ou não do evento.

Assinale a alternativa que preenche corretamente a lacuna do parágrafo acima.

- (A) *briefing*
- (B) análise de situação
- (C) pesquisa
- (D) estudo de viabilidade
- (E) avaliação

36. A chegada da internet e a evolução contínua das redes sociais trouxeram uma transformação sem precedentes a todas as áreas da comunicação. De acordo com Maristela Mafei (2011), em relação à comunicação através das redes sociais, é **INCORRETO** afirmar que

- (A) o monitoramento das informações da empresa possibilita a construção de um diagnóstico de sua imagem, seus produtos e marcas.
- (B) o profissional de comunicação precisa definir as mensagens mais relevantes sobre a empresa para informar aos internautas.
- (C) a empresa não pode mais se limitar a pensar em um modelo tradicional de internet, sem estar em redes de vídeos ou criar programas para celulares ou *tablets*.
- (D) a linguagem e o conteúdo para dialogar com os usuários precisam ser adaptados ao aparelho que usam ou à rede que costumam acessar.
- (E) o trabalho de comunicação na *web* pode ser feito de forma isolada das demais ações de comunicação, pois se tornou uma ferramenta essencial de formação de opinião.

37. Ao escolher o evento como estratégia de comunicação, a empresa deve ter em vista os seguintes objetivos, isolada ou conjuntamente:

- I - Criar uma imagem favorável para a opinião pública.
- II - Reduzir barreiras geradas por acontecimentos e situações negativas ocorridos no mercado em razão de problemas com produtos, fatores ambientais, culturais ou sociais.
- III- Aproximar o público da empresa e do produto.
- IV- Criar um residual de lembrança pela associação da marca.

Quais estão corretas?

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

38. Qual a justificativa para que a comunicação interna seja considerada uma área estratégica, incorporada no conjunto de definições de políticas e objetivos da empresa?

- (A) A comunicação interna é um conjunto de ações utilizadas pela empresa para vender a sua própria imagem a funcionários e familiares.
- (B) O relacionamento com o público interno é uma ampla política de Relações Públicas, em que o funcionário é considerado cliente interno da empresa.
- (C) O público interno é considerado o mais importante de uma empresa. Está interessado no sucesso da mesma e é multiplicador de opinião.
- (D) A comunicação interna, através de veículos específicos, transmite informações e estabelece diálogo com um grupo grande e heterogêneo.
- (E) Os efeitos da comunicação interna beneficiam diretamente os funcionários, envolvendo-os para um comprometimento com a empresa.

39. Em relação à estrutura de redação de correspondências oficiais, é correto afirmar que

- (A) vocativo, texto, fecho e assinatura são itens imprescindíveis no documento.
- (B) o texto deve ser formal, sem numeração dos parágrafos.
- (C) o tratamento pode variar dentro do texto, conforme o assunto tratado.
- (D) o cabeçalho deve conter a identificação do expedidor, sem necessidade de seu endereço.
- (E) "Respeitosamente" e "Cordialmente" são dois fechos recomendados.

40. O(A) _____ é uma forma de organizar eventos e requer um espaço físico que permita interação entre os participantes. Tem como característica principal a apresentação de um tema restrito a um grupo de pessoas situadas em diferentes e distantes locais.

Assinale a alternativa que preenche corretamente a lacuna do texto acima.

- (A) *workshop*
- (B) colóquio
- (C) videoconferência
- (D) seminário
- (E) simpósio

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. O Hospital de Clínicas de Porto Alegre identificou a necessidade de conscientizar seus profissionais de saúde quanto à prevenção de infecções através da higiene de mãos. Para atingir esse objetivo, a Assessoria de Comunicação diagnosticou que deveria ser elaborada uma campanha de comunicação dirigida aos profissionais e aos pacientes e seus familiares.

Levando-se em consideração que o hospital possui cerca de 5 mil funcionários, trabalha com recursos públicos limitados e possui uma gráfica interna, descreva as estratégias, citando três veículos ou materiais que você utilizaria na elaboração dessa campanha para cada um dos públicos.

42. No final do ano de 2011, foi lançado o programa de Remuneração Variável que, vinculado ao atingimento de metas institucionais e setoriais, garantiria um salário extra aos funcionários do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA). Durante todo o ano de 2012, diversas ações foram realizadas e os esforços foram redobrados para que as metas fossem atingidas. Os resultados foram alcançados e todos os funcionários do hospital conquistaram a Remuneração Variável, a ser paga no mês de abril de 2013. Os resultados serão apresentados no dia 2 de março, no Anfiteatro do hospital, às 9h, pelo Presidente da instituição. Nessa data, serão apresentadas também as metas para o ciclo de 2013.

Com base nessas informações, e tendo em vista o público para o qual a comunicação se dirige, redija um breve texto para ser veiculado através de *newsletter* eletrônica ao público interno do HCPA, comunicando esta novidade e convidando para o evento que oficializará essa conquista.