



## CÂMARA MUNICIPAL DA ESTÂNCIA DE BRAGANÇA PAULISTA

CONCURSO PÚBLICO

### 006. PROVA OBJETIVA

#### ESPECIALISTA EM GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- ◆ Você recebeu sua folha de respostas, este caderno contendo 60 questões objetivas e o caderno de questões dissertativas.
- ◆ Confira seu nome e número de inscrição impressos na capa deste caderno e na folha de respostas.
- ◆ Quando for permitido abrir o caderno, verifique se está completo ou se apresenta imperfeições. Caso haja algum problema, informe ao fiscal da sala.
- ◆ Leia cuidadosamente todas as questões e escolha a resposta que você considera correta.
- ◆ Marque, na folha de respostas, com caneta de tinta azul ou preta, a letra correspondente à alternativa que você escolheu.
- ◆ A duração das provas objetiva e dissertativa é de 4 horas e 30 minutos, já incluído o tempo para o preenchimento da folha de respostas e a transcrição do texto definitivo.
- ◆ Só será permitida a saída definitiva da sala e do prédio após transcorridos 75% do tempo de duração das provas.
- ◆ Ao sair, você entregará ao fiscal o caderno de questões dissertativas, a folha de respostas e este caderno, podendo levar apenas o rascunho de gabarito, localizado em sua carteira, para futura conferência.
- ◆ Até que você saia do prédio, todas as proibições e orientações continuam válidas.

AGUARDE A ORDEM DO FISCAL PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES.

PCI Concursos

## CONHECIMENTOS GERAIS

### LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto para responder às questões de números **01** a **05**.

*Falar ao telefone parece antigo, mas é eficaz*

Tenho percebido que entre os profissionais há certa resistência, para não dizer aversão, à velha conversa olho no olho ou mesmo por telefone. Nos últimos meses, noto que, quando tento trazer a discussão de algum tópico do *e-mail* para o telefone, o processo desanda, é evitado ou continua por mensagens eletrônicas.

Vivemos em um momento paradoxal. As pessoas estão teclando mais do que falando. Teclar mais não melhora a comunicação verbal. O mercado valoriza quem se expressa bem oralmente, com clareza, objetividade, segurança. Em sala de aula, fazer apresentações é um terror. Sofrimento, relatado por alguns, como sendo capaz de tirar o sono por dias.

É fácil entender que o computador nos coloca em situação confortável, pois não é preciso responder no momento, podem-se elaborar as respostas, ganha-se tempo e, além de tudo, ninguém nos vê. Porém, em função da perda de sinais, como a expressão facial, a postura e o tom da voz, aumentam as más interpretações.

Fiz um treinamento em uma empresa para otimizar o trabalho e identifiquei que um dos “devoradores de tempo” e vilões da produtividade era justamente o uso em excesso do SMS e do *e-mail* ineficaz (aquele em que se copia uma multidão na mensagem, mas o problema não é resolvido). Por telefone, falar com o responsável seria mais rápido e eficaz, reduzindo o tempo para solucionar problemas, mas quase ninguém fazia isso.

Não é por que falamos que nos comunicamos bem. Para melhorar essa competência, só existe um caminho: a prática. Aproveite as oportunidades em sala de aula, as reuniões com colegas ou colaboradores e exercite-se. A fluência e a segurança só virão com a prática. Falar ao telefone pode parecer antigo, mas pode ser mais eficaz do que as mensagens de texto, além de ser mais humano.

(Adriana Gomes, [www1.folha.uol.com.br](http://www1.folha.uol.com.br), 26.06.2013. Adaptado)

**01.** A autora defende que falar ao telefone pode parecer antigo, mas, em comparação com as mensagens de texto, pode ser mais

- (A) falaz.
- (B) estéril.
- (C) prolífico.
- (D) parcimonioso.
- (E) dispendioso.

**02.** Pode-se concluir que um dos objetivos do texto é

- (A) divulgar, ao leitor, os resultados de uma pesquisa subsidiada por uma empresa, o que se evidencia no trecho do primeiro parágrafo: “Nos últimos meses, noto que, quando tento trazer a discussão de algum tópico do *e-mail* para o telefone, o processo desanda, é evitado ou continua por mensagens eletrônicas.”
- (B) apresentar uma crítica contundente à maneira como o mercado de trabalho lida com a comunicação, o que se evidencia no trecho do segundo parágrafo: “O mercado valoriza quem se expressa bem oralmente, com clareza, objetividade, segurança.”
- (C) defender que as pessoas estão perdendo a habilidade de escrever bem, devido ao uso excessivo da internet, o que se evidencia no trecho do terceiro parágrafo: “Porém, em função da perda de sinais, como a expressão facial, a postura e o tom da voz, aumentam as más interpretações.”
- (D) convencer o leitor de que as empresas devem abolir o uso de documentos escritos e substituí-los integralmente por conversas telefônicas, o que se evidencia no trecho do quarto parágrafo: “Por telefone, falar com o responsável seria mais rápido e eficaz, reduzindo o tempo para solucionar problemas, mas quase ninguém fazia isso.”
- (E) oferecer, ao leitor, orientação para se comunicar com eficácia, o que se evidencia no trecho do último parágrafo: “Aproveite as oportunidades em sala de aula, as reuniões com colegas ou colaboradores e exercite-se.”

Releia o terceiro parágrafo para responder às questões de números **03** e **04**.

É fácil entender que o computador nos coloca em situação confortável, **pois** não é preciso responder no momento, podem-se elaborar as respostas, ganha-se tempo e, além de tudo, ninguém nos vê. Porém, **em função da** perda de sinais, como a expressão facial, a postura e o tom da voz, aumentam as más interpretações.

**03.** O termo **pois** introduz, com relação à primeira parte do enunciado,

- (A) um contraste.
- (B) uma justificativa.
- (C) uma condição.
- (D) uma finalidade.
- (E) uma concessão.

04. A expressão **em função da** pode ser corretamente substituída, sem alteração de sentido, por
- (A) equivalendo à
  - (B) induzindo à
  - (C) mesmo com a
  - (D) a despeito da
  - (E) em virtude da
05. O trecho do quarto parágrafo – Por telefone, falar com o responsável seria mais rápido e eficaz, reduzindo o tempo para solucionar problemas, mas quase ninguém fazia isso. – está corretamente reescrito, sem alteração da mensagem do texto, em:
- Por telefone, falar com o responsável seria mais rápido e eficaz, reduzindo o tempo para solucionar problemas,
- (A) no entanto, quase ninguém fazia isso.
  - (B) tanto que quase ninguém fazia isso.
  - (C) caso quase ninguém fizesse isso.
  - (D) assim, quase ninguém fazia isso.
  - (E) contanto que quase ninguém fizesse isso.

Leia o texto para responder às questões de números 06 e 07.

Os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram, **na última quarta-feira, 26, em Atibaia**, de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas.

Durante o evento \_\_\_\_\_ apresentações de teatro, dança e música, além de palestra com psicólogo.

De acordo com Janaina Matias e Adriana Silva, coordenadoras do JCC de Bragança e Atibaia, respectivamente, o evento foi organizado pelo Conselho Municipal Antidrogas (Comad) de Atibaia. Segundo as orientadoras, um número aproximado de 400 jovens \_\_\_\_\_ ao encontro.

(<http://bjd.com.br>, 29.06.2013. Adaptado)

06. Assinale a alternativa que completa, correta e respectivamente, as lacunas do texto, seguindo a norma-padrão da língua portuguesa.
- (A) houve ... estiveram presente
  - (B) houveram ... estiveram presente
  - (C) houve ... esteve presente
  - (D) houveram ... estiveram presentes
  - (E) houve ... esteve presentes

07. Com o deslocamento das expressões destacadas em negrito, o primeiro parágrafo permanece corretamente reescrito, no que se refere à pontuação, em:

**Na última quarta-feira, 26,**

- (A) **em Atibaia**, os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram, de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas.
- (B) os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram, **em Atibaia** de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas.
- (C) os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram **em Atibaia**, de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas.
- (D) os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas, **em Atibaia**.
- (E) os alunos do programa Jovens Construindo a Cidadania, da Polícia Militar, participaram, de evento comemorativo ao Dia Internacional de Combate às Drogas **em Atibaia**.

Leia o texto para responder às questões de números 08 a 15.

### *Marketing infantil*

As empresas de *fast food*, os fabricantes de comidinhas e bebidinhas não saudáveis são, por definição, predadores. Vivem olhando para o próprio umbigo e para o bolso dos papais consumidores.

Materia de 7 de abril de 2013, baseada em pesquisa realizada pela Faculdade de Saúde Pública da USP, dava conta de que um adolescente brasileiro consome 26 quilos de açúcar por ano com refrigerante e suco pronto; e associa esse consumo inadequado com o crescimento alarmante da obesidade infantil em nosso país. Evidentemente, não culpava as empresas apenas, mas a falta de consciência dos pais que, desatentos ou iludidos pela propaganda dos fabricantes, permitem o acesso fácil de seus filhos a esses produtos nocivos à saúde.

Já a *Folha de S.Paulo*, em reportagem da editoria de Ciência de 8 de abril de 2013, ressaltava a publicação nos EUA de um livro do jornalista americano Michael Moss, ganhador do Prêmio Pulitzer em 2010, sobre a ação predadora da indústria de alimentos, que manipula alimentos com o objetivo de aumentar o consumo, ainda que essa iniciativa tenha como consequência a degradação da qualidade de vida. O livro, que chegou a merecer um extrato publicado pela prestigiada *The New York Times Magazine*, revela que os fabricantes têm feito de tudo para incentivar o consumo. Basicamente, segundo Michael Moss, as empresas manipulam 3 ingredientes: o sal, o açúcar e a gordura; e, com **isso**, conseguem aumentar o número de consumidores fiéis e... gradativamente doentes.

No Brasil, as tentativas de restrição à propaganda de produtos não saudáveis encontram a resistência de empresas, agências de propaganda e de veículos que temem ver reduzido o seu ganho, já que o setor inclui anunciantes de peso.

Além disso, todo debate que visa regular o *marketing* infantil acaba sendo direcionado para um outro foco: a restrição à liberdade de expressão, como se disciplinar o assédio de fabricantes de produtos não saudáveis às nossas crianças fosse algo negativo, prejudicial à sociedade. Trata-se de um esforço no sentido de manter os canais abertos para a divulgação nociva que contribui para comprometer a saúde dos mais jovens. No Brasil, segundo dados do Ministério da Saúde, 30% das crianças têm sobrepeso e 15% delas são obesas.

É fundamental que o Governo, a sociedade civil, as entidades de defesa do consumidor em particular, as escolas e a imprensa estejam empenhados, ao máximo, em disciplinar o *marketing* infantil, como já ocorre em dezenas de países. Todos os avanços em termos de disciplinar a propaganda voltada para as crianças têm sido obtidos pela pressão da sociedade e não pela decisão própria das empresas de *fast food* ou dos fabricantes de alimentos sem qualidade nutricional.

(Wilson da Costa Bueno, <http://portalimprensa.uol.com.br>, 26.06.2013. Adaptado)

08. Considere a frase que inicia o texto:

As empresas de *fast food*, os fabricantes de comidinhas e bebidas não saudáveis são, por definição, **predadores**.

No contexto da argumentação de Wilson da Costa Bueno, é correto afirmar que o termo **predadores** relaciona a imagem das “empresas de *fast food*” e dos “fabricantes de comidinhas e bebidas não saudáveis” à de

- (A) agentes causadores de destruição.
- (B) instituições desorganizadas.
- (C) seres destituídos do raciocínio lógico.
- (D) pessoas marcadamente emotivas.
- (E) animais que vivem no isolamento.

09. De acordo com o autor,

- (A) os pais é que devem proibir o acesso das crianças à propaganda, pois disciplinar o *marketing* infantil é impossível.
- (B) o combate à obesidade entre as crianças brasileiras envolve a necessidade de restrição do *marketing* voltado para o público infantil.
- (C) o consumo de alimentos não saudáveis tem acarretado um índice de 30% de famílias obesas no Brasil.
- (D) a população deve aguardar até que os fabricantes de alimento tomem a iniciativa de regular a propaganda destinada a crianças e adolescentes.
- (E) o controle da propaganda de produtos não saudáveis deve ser uma ação restrita a órgãos governamentais.

10. É correto afirmar que a referência ao fato de o livro de Michael Moss ter merecido um extrato publicado pela *The New York Times Magazine* serve para

- (A) mostrar que as ideias do livro são simplistas.
- (B) insinuar que o livro é demasiadamente prolixo.
- (C) descrever o livro como maçante.
- (D) conferir credibilidade ao livro.
- (E) sugerir que o livro é antiquado.

11. Assinale a alternativa que completa corretamente a lacuna da frase, a partir da interpretação do texto.

Segundo o autor, a restrição à liberdade de expressão é um argumento usado para \_\_\_\_\_ proposta de regular o *marketing* infantil.

- (A) aceder à
- (B) assentir à
- (C) corroborar a
- (D) refutar a
- (E) transigir com a

Releia o trecho do segundo parágrafo para responder às questões de números 12 e 13.

Matéria de 7 de abril de 2013, baseada em pesquisa realizada pela Faculdade de Saúde Pública da USP, dava conta de que um adolescente brasileiro consome 26 quilos de açúcar por ano com refrigerante e suco pronto; e associa esse consumo inadequado **com o** crescimento alarmante da obesidade infantil em nosso país. Evidentemente, não culpava as empresas apenas, mas a falta de consciência dos pais que, desatentos ou iludidos pela propaganda dos fabricantes, permitem o acesso fácil de seus filhos a esses produtos nocivos à saúde.

12. Considerando a regência padrão do verbo **associar**, a expressão destacada em – ... e associa esse consumo inadequado **com o** crescimento alarmante da obesidade infantil em nosso país. – pode ser substituída, corretamente e sem alteração de sentido, por:

- (A) pelo
- (B) sob o
- (C) ao
- (D) do
- (E) para o

13. Ao substituir a expressão **as empresas** por um pronome, seguindo as regras da norma-padrão da língua portuguesa, o trecho – Evidentemente, não culpava as empresas apenas... – está corretamente reescrito em

- (A) Evidentemente, não culpava-as apenas...
- (B) Evidentemente, não as culpava apenas...
- (C) Evidentemente, não culpava-lhe apenas...
- (D) Evidentemente, não culpava-lhes apenas...
- (E) Evidentemente, não lhes culpava apenas...

14. O termo **isso**, em destaque ao final do terceiro parágrafo, faz referência

- (A) à oferta exagerada de alimentos pobres em nutrientes e pouco calóricos.
- (B) ao fato de os fabricantes incentivarem o consumo por meio da publicidade.
- (C) à comercialização de alimentos naturalmente ricos em sal, açúcar e gordura.
- (D) à manipulação do sal, do açúcar e da gordura feita pelas empresas.
- (E) ao número de consumidores que se viciam nos alimentos industrializados.

15. Releia o trecho do penúltimo parágrafo.

Além disso, todo debate que visa regular o *marketing* infantil acaba sendo **direcionado para um outro foco**: a restrição à liberdade de expressão, como se disciplinar o assédio de fabricantes de produtos não saudáveis às nossas crianças fosse algo negativo, **prejudicial à sociedade**. Trata-se de um esforço no sentido de manter os canais **abertos para a divulgação** nociva que contribui para comprometer a saúde dos mais jovens.

No que se refere às regras de uso da crase, os trechos em negrito estão, correta e respectivamente, reescritos em

- (A) direcionado à um outro foco ... prejudicial à cada cidadão ... abertos à divulgação
- (B) direcionado a um outro foco ... prejudicial à cada cidadão ... abertos a divulgação
- (C) direcionado a um outro foco ... prejudicial a cada cidadão ... abertos a divulgação
- (D) direcionado à um outro foco ... prejudicial a cada cidadão ... abertos à divulgação
- (E) direcionado a um outro foco ... prejudicial a cada cidadão ... abertos à divulgação

Leia o texto para responder às questões de números 16 a 20.

*Mas o que é isso?*

Outro dia apresentei um dos espetáculos do meu grupo de dança para pessoas com deficiência em um teatro aqui de Brasília e, logo após a apresentação, fizemos um bate-papo com o pessoal que foi assistir.

Entendo que essa ideia de um grupo de dança que mistura pessoas com e sem deficiência no palco ainda é um tanto recente aqui em Brasília e poucas pessoas viram espetáculos assim. Por isso, acho curioso esse bate-papo final. Surgem tantas questões e comentários interessantes que daria para escrever um livro só com eles.

Um dos comentários mais comuns é em relação à superação. As pessoas ficam muito emocionadas e dizem que é muito lindo ver a superação das pessoas com deficiência dançando. Com o passar do tempo e conforme fomos trabalhando, começamos a nos questionar: por que quando eu danço, eu apenas trabalhei e estudei para aprender aquilo e, por isso, estou dançando, mas a pessoa com deficiência superou limites? Ela não pode ter apenas trabalhado muito para adquirir aquele conhecimento, assim como todos nós?

As pessoas também costumam elogiar muito o trabalho dos professores, dizendo que o que a gente faz é maravilhoso. Já chegaram até a dizer que é quase milagroso! Ah, se essas pessoas imaginassem o quanto a gente aprende com nossos alunos que têm deficiência, elas elogiariam o trabalho deles, o esforço deles, pois para a gente não é esforço nenhum estar com eles!

Bom, mas nessa última apresentação surgiram umas perguntas diferentes. Primeiro perguntaram o que é dança para a gente. Bom, o que é dança? Dança é movimento. Como todos nós, que estamos vivos, nos mexemos – pois piscamos, respiramos, nossos corações batem –, todos nós podemos dançar! Dança nada mais é do que fazer poesia com o corpo. E então surgiu a outra pergunta que rendeu um belo debate para o resto da noite: E então, o que é poesia?

O que é poesia? Dentre tantas respostas e discussões, acho que poesia pode ser o que você quiser que seja! O nosso dia, se quisermos, pode ser repleto de poesia! Alguns vão para o trabalho focados apenas no trânsito e em chegar logo, outros vão observando a luz do sol refletida na poça de água que foi formada pela chuva, sorriem e se sentem presenteados quando aquela música que adoram começa a tocar na rádio! Atos corriqueiros, que fazemos sem prestar atenção, um dia, podem nos proporcionar uma experiência nova. Essa experiência pode ser poesia, não pode?

(Clara Braga, [www.cronicadodia.com.br](http://www.cronicadodia.com.br), 26.06.2013. Adaptado)

16. Em seu texto, a autora apresenta uma reflexão sobre dança e poesia que tem, como ponto de partida,

- (A) o ciclo de palestras que precedeu a apresentação de uma trupe de dançarinos em Brasília.
- (B) o tema do espetáculo protagonizado por um grupo de dançarinos portadores de deficiência.
- (C) o bate-papo que surgiu, espontaneamente, durante uma aula de dança voltada a pessoas com deficiência.
- (D) os comentários do público após a apresentação de seu grupo de dança que incluía pessoas com deficiência.
- (E) as críticas negativas que recebeu ao se apresentar como dançarina em um teatro brasileiro.

17. Ao questionar a maneira como se fala em **superação** para se referir à pessoa com deficiência que dança, Clara Braga afirma: “Ela não pode ter apenas trabalhado muito para adquirir aquele conhecimento, assim como todos nós?” (terceiro parágrafo). Desse modo, a autora demonstra
- (A) discordar da ideia de que dançarinos com deficiência sejam capazes de fazer movimentos belos e delicados.
- (B) defender que o dançarino com deficiência é tão apto para a dança quanto o sem deficiência e que ambos devem se esforçar para dançar bem.
- (C) acreditar que, devido a suas limitações físicas, as pessoas com deficiência precisam trabalhar mais para se tornarem bons dançarinos.
- (D) concordar que, na prática, tanto as pessoas com deficiência quanto as sem deficiência são capazes de dançar bem sem fazer esforço.
- (E) divergir da ideia de que pessoas com deficiência têm potencialidades e fragilidades diferentes daquelas das pessoas sem deficiência.
18. O significado de **poesia** apresentado no texto é, na opinião da autora,
- (A) subjetivo.
- (B) consensual.
- (C) irretocável.
- (D) inquestionável.
- (E) categórico.
19. Considerando os significados de *dança* e *poesia* apresentados no texto, ao afirmar que “Dança nada mais é do que fazer poesia com o corpo.”, a autora sugere que dançar pode equivaler a
- (A) superar, pelo treino e pela repetição de gestos, os limites do corpo.
- (B) expor o pensamento por meio de acrobacias difíceis de serem executadas.
- (C) vivenciar uma experiência nova a partir dos movimentos do corpo.
- (D) ignorar as dores do corpo a fim de realizar movimentos belos e delicados.
- (E) modelar o corpo de tal forma a executar manobras que seriam impossíveis ao ser humano.
20. Assinale a alternativa em que o trecho destacado em – Atos corriqueiros, **que fazemos sem prestar atenção**, um dia, podem nos proporcionar uma experiência nova. – está corretamente reescrito, seguindo a norma-padrão da língua portuguesa, e sem alteração de sentido.
- (A) a que não damos atenção
- (B) de que não damos atenção
- (C) sob que não damos atenção
- (D) por que não damos atenção
- (E) com que não damos atenção

21. *Passe Livre foi criado há 13 anos, em Florianópolis*

Marco zero das manifestações que tomaram o país, os recentes protestos do Movimento Passe Livre em São Paulo são fruto de uma experiência iniciada há 13 anos.

(Folha de S.Paulo, 27.06.13. Adaptado)

O MPL (Movimento Passe Livre) tem como pauta central

- (A) o princípio de que jovens estudantes e idosos não devem pagar pela utilização do transporte público, pois nessas faixas etárias a renda costuma ser menor do que no universo adulto.
- (B) a defesa da gratuidade para os cidadãos no uso do transporte público, com o objetivo de garantir que o transporte seja um direito de todos sem necessidade do pagamento de tarifa.
- (C) a valorização do direito ao transporte de populações historicamente marginalizadas, como mulheres, negros e povos indígenas, o que resulta na defesa de cotas para o transporte público.
- (D) o crescimento dos investimentos do poder público no transporte coletivo, como na ampliação do metrô e dos corredores de ônibus, mesmo que isso resulte em aumento da tarifa.
- (E) a proposta de desregulamentação estatal do transporte, para que mais empresas privadas possam oferecer o serviço e, com isso, reduzir o valor da tarifa devido à livre concorrência.

22. *Dilma veta principais pontos do “Ato Médico”*

(Folha.com, 11.07.13)

Os pontos do “Ato Médico” vetados por Dilma Rousseff pretendiam

- (A) estimular o governo a investir na abertura de novos cursos de medicina e novos hospitais universitários, o que teria um impacto excessivo sobre as contas públicas e sobre o orçamento do governo federal.
- (B) reorganizar as atribuições e responsabilidades de cada um dos profissionais da saúde, mantendo a autonomia de outros profissionais que não os médicos na elaboração de diagnósticos e tratamentos.
- (C) garantir aos médicos a exclusividade sobre o diagnóstico e as indicações de tratamento para os pacientes, proibindo outros profissionais da saúde, como psicólogos e fisioterapeutas, de fazerem o mesmo.
- (D) estabelecer parâmetros avaliativos para o ingresso de estudantes de medicina recém-formados no universo profissional dos médicos, instituindo um exame obrigatório como o exame da OAB para os advogados.
- (E) proibir o governo brasileiro de contratar médicos jovens, exigindo dos profissionais da medicina ao menos dez anos de trabalho em consultórios particulares, com o objetivo de melhorar a qualidade do atendimento na rede pública.

23. Após pressão popular, PEC 37 é derrubada no Congresso  
(Estadão.com.br, 25.06.13)

A PEC 37 pretendia

- (A) garantir a impunidade aos políticos, juizes e empresários corruptos, pois tanto o Ministério Público quanto a polícia deixariam de investigar os escândalos de corrupção e seus desdobramentos.
- (B) excluir o Ministério Público e a polícia da fase de investigação dos crimes de corrupção, deixando essa responsabilidade a critério do Poder Judiciário, o que enfraqueceria o combate à corrupção.
- (C) estabelecer a exclusividade dos Poderes Judiciário e Legislativo sobre os processos de investigação da corrupção, impedindo o Ministério Público e a polícia de fazerem algo a respeito.
- (D) retirar o poder de investigação do Ministério Público e da polícia, pois as duas instituições determinam a abertura de uma investigação, mas não podem apresentar a denúncia à Justiça.
- (E) organizar as atribuições do Ministério Público e da polícia em relação aos crimes ocorridos, garantindo ao primeiro o primado da acusação e, ao segundo, o primado da investigação.

24. *Deputado Donadon é preso e levado para penitenciária de Brasília*

Deputado federal condenado pelo STF cumpriu acordo e se entregou à PF; ele foi levado para o Presídio da Papuda.

(iG.com.br, 28.06.13)

Um dos aspectos de destaque da notícia em questão é o fato de que Natan Donadon

- (A) foi o primeiro deputado a receber ordem de prisão em meio ao exercício do mandato desde a redemocratização do país, em 1985.
- (B) era um representante da máfia dos transportes em São Paulo, e a sua prisão é resultado da pressão exercida pelas manifestações recentes.
- (C) não tinha nenhum processo na Justiça correndo contra si ou contra os seus assessores, tendo sido uma surpresa a sua prisão.
- (D) deveria ter foro privilegiado por ser deputado, mas o processo que corria na Justiça não respeitou a sua condição de parlamentar.
- (E) foi preso por um crime de latrocínio, em uma ação criminosa desvinculada da sua vida pública e da sua atuação como político.

25. *Turismo na Copa das Confederações deixou a desejar*

(Jornal do Brasil, 30.06.13)

Além da Copa das Confederações, outro grande evento ocorrido no Rio de Janeiro em julho de 2013 com o potencial de atrair turistas foi

- (A) a Copa Davis de tênis.
- (B) a etapa brasileira da Fórmula Indy.
- (C) a visita do Papa.
- (D) o Troféu Maria Lenk de natação.
- (E) a final da Copa Libertadores da América.

26. *É impossível ter “100% de segurança e 100% de privacidade”, diz Obama*

(Valor Econômico, 07.06.13)

A afirmação de Barack Obama, presidente dos EUA, tinha o objetivo de

- (A) defender a posição do Partido Democrata no Congresso de se opor ao Plano de Segurança Nacional Contra o Terrorismo, que propunha a redução da privacidade em nome da proteção contra o terrorismo.
- (B) ressaltar os dilemas e desafios do governo americano no combate ao terrorismo, deixando claro que, entre a segurança contra o terrorismo e a privacidade dos cidadãos, o governo americano privilegia a privacidade.
- (C) evidenciar as tentativas do governo americano de combater o terrorismo e, ao mesmo tempo, garantir a privacidade dos cidadãos, ações aparentemente contraditórias, mas possíveis de serem conciliadas.
- (D) justificar a ação da Agência de Segurança Nacional de coletar dados de ligações telefônicas e de outros meios de comunicação, buscando apaziguar os ânimos de críticos com a invasão de privacidade por parte do governo americano.
- (E) reafirmar o compromisso do governo americano com a proteção da privacidade dos cidadãos, admitindo, no entanto, que esse compromisso gera uma fraqueza do ponto de vista da segurança em relação ao combate ao terrorismo.

27. *Confrontos em Istambul deixam dezenas de feridos*

Manifestação pacífica se transforma em crise nacional.

(Globo.com, 31.05.13)

O estopim das manifestações na Turquia foi

- (A) a cassação, a pedido do governo, do mandato de um deputado de esquerda que vinha questionando os métodos do presidente.
- (B) a existência de uma ditadura islâmica no país há cerca de 30 anos, o que impede a liberdade de expressão por parte da juventude ocidentalizada.
- (C) a decisão tomada pelo governo de que o país entraria na guerra civil da Síria ao lado dos rebeldes, contrariando os desejos da maior parte da população.
- (D) o aumento muito acima da inflação das passagens de ônibus, trem e metrô na cidade de Istambul, acompanhado da queda dos salários.
- (E) a ameaça de destruição de um parque, uma das últimas áreas verdes do centro de Istambul, para a construção de um *shopping center*.

**28. Oposição egípcia realiza manifestações gigantes contra Mursi**

(Terra.com.br, 30.06.13)

Um dos motivos que levou os egípcios às ruas contra Mohamed Mursi, presidente deposto do Egito, foi

- (A) a suspeita de que ele estaria contribuindo com as forças rebeldes da Síria em plena guerra civil.
- (B) a acusação feita pela oposição de que ele governava apenas em benefício dos islamitas.
- (C) o apoio irrestrito que ele vinha dando à causa palestina, inclusive a movimentos radicais como o Hamas.
- (D) a postura autoritária do ex-presidente, evidenciada na tentativa recente de nacionalizar o Canal de Suez.
- (E) a defesa veemente que ele faz do legado de Hosni Mubarak, o ditador derrubado pelas manifestações em 2011.

**29. Eleição do Irã tem maioria de candidatos alinhada ao líder supremo**

A disputa pela Presidência acontece em um momento em que a economia do país enfrenta um duro embargo econômico internacional.

(G1.com, 13.06.13. Adaptado)

O “duro embargo econômico” a que se refere o trecho se deve

- (A) ao programa nuclear iraniano.
- (B) à postura antissemita do Irã.
- (C) à aliança do Irã com a Venezuela de Chávez.
- (D) à proximidade estratégica entre o Irã, a Rússia e a China.
- (E) ao atual governo islâmico sunita iraniano, autoritário e antiocidental.

**30. Senado dos EUA aprova lei da imigração**

O Senado dos Estados Unidos aprovou a nova lei da imigração, uma vitória para o presidente Barack Obama.

(Euronews.com, 28.06.13)

A lei da imigração aprovada pelo Senado é marcada por uma contradição, pois oferece a legalização a certo número de imigrantes que já vivem nos EUA, ao mesmo tempo em que

- (A) concede ao imigrante a condição de “cidadão de segunda classe”, ao limitar o seu acesso aos direitos políticos e sociais fundamentais.
- (B) reafirma a situação precária do imigrante, pois não dá nenhuma garantia de que os seus filhos poderão viver nos EUA como cidadãos americanos.
- (C) intensifica a perseguição aos imigrantes ilegais e a repressão àqueles que estão há mais de 14 anos nos EUA, mas ainda não conseguiram regularizar a sua situação.
- (D) reforça a vigilância nas fronteiras, prevendo a contratação de mais agentes fronteiriços e a construção de mais cercas na divisa com o México.
- (E) retira, dos imigrantes legais, a possibilidade de saírem e depois voltarem para os EUA, ameaçando-os com a retenção no aeroporto de entrada no país.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**

**31.** Considerando-se que os formadores de opinião podem aproximar grupos de diferentes opiniões, é possível afirmar que

- (A) a opinião pública não é suscetível à ação dos formadores de opinião.
- (B) a opinião pública é imutável.
- (C) a imprensa desempenha unicamente o papel de meio no processo de formação da opinião pública.
- (D) os formadores de opinião podem auxiliar uma organização no alcance do interesse comum.
- (E) os formadores de opinião não têm influência sobre a opinião pública.

**32.** Um dos direitos fundamentais do cidadão é o acesso à informação, que se constitui em um dever da administração pública. Esse direito é regulamentado pela Lei n.º 12.527/11, Lei Brasileira de Acesso à Informação (LAI).

Dentre as opções a seguir, é princípio contido na LAI:

- (A) Princípio da reciprocidade
- (B) Princípio do sigilo
- (C) Princípio da legalidade
- (D) Princípio da promoção de um governo aberto
- (E) Princípio antecipatório

**33.** Em uma organização em que prevalece a política do “não falar”, onde os líderes não recebem informações antecipadamente e as mensagens não são adequadas aos diferentes segmentos do público interno, o boato surge como

- (A) o resultado da ineficiência do fluxo de informação descendente.
- (B) o desequilíbrio entre os fluxos horizontal e ascendente de informação.
- (C) o reflexo da falta de canais de fluxo ascendente.
- (D) a abertura de canais.
- (E) a disseminação de informações entre todos os níveis hierárquicos.

**34.** Uma organização que possui um programa de comunicação interna tem uma comunicação administrativa

- (A) apenas com rede informal.
- (B) com a rede informal predominando sobre a rede formal.
- (C) com fluxos descendente, ascendente e horizontal na rede formal.
- (D) com fluxo horizontal na rede formal.
- (E) com fluxo ascendente na rede formal.

35. Uma empresa voltada ao mercado consumidor organizacional decide abrir uma nova fábrica em uma cidade. Após sua chegada, a organização implementa um programa de relações com a comunidade local, investindo na melhoria dos postos de saúde e hospitais da cidade. Pode-se afirmar que a empresa desenvolveu esse programa com o objetivo de
- (A) dar credibilidade a seus produtos e marcas.
  - (B) corrigir sua imagem perante a opinião pública.
  - (C) conquistar credibilidade junto à comunidade local.
  - (D) cativar novos consumidores.
  - (E) apresentar-se à imprensa local.
36. Para que o planejamento da comunicação institucional seja estratégico é imprescindível o (a)
- (A) estabelecimento de apenas objetivos e metas de curto prazo.
  - (B) alinhamento com o plano estratégico da organização.
  - (C) criação de veículos de comunicação interna.
  - (D) envolvimento dos parceiros de negócio da organização em sua elaboração.
  - (E) desenvolvimento de ações voltadas aos públicos externos da organização.
37. Uma organização, atuante no setor químico, viu-se envolvida em uma situação de crise decorrente de vazamento de gases em uma de suas instalações. Embora o produto não fosse tóxico, seu cheiro desagradável causou incômodo aos moradores próximos à fábrica. Os funcionários foram imediatamente informados sobre a situação e quanto aos esclarecimentos que deveriam dar caso fossem questionados pela população a respeito do ocorrido. A organização distribuiu panfletos informativos nos bairros próximos à planta, instalou uma central de atendimento à população, definiu como porta-voz um gestor da área técnica preparado para falar com a imprensa e enviou *releases* à mídia. Com as providências tomadas, o fato repercutiu apenas na mídia local, e a organização obteve espaço para dar declarações sobre o episódio.
- A partir da situação dada, pode-se afirmar que a organização adotou o seguinte preceito de gestão de crises:
- (A) Evitar a transparência informativa.
  - (B) Estabelecer a imprensa como principal interlocutor durante a crise.
  - (C) Contar com vários porta-vozes.
  - (D) Considerar os funcionários como público prioritário para a divulgação de informações.
  - (E) Divulgar informações diferentes a cada um dos públicos envolvidos na crise.
38. O estudo de caso é uma forma de fazer pesquisa que usa dados secundários e primários na investigação de fenômenos cujas fronteiras com o contexto não estão claramente estabelecidas. Em estudos nos quais o investigador procura obter informações mais detalhadas e profundas por meio do levantamento de dados primários, utiliza-se a pesquisa
- (A) Teórica.
  - (B) Quantitativa.
  - (C) Qualitativa.
  - (D) Documental.
  - (E) Bibliográfica.
39. Podemos afirmar que a pesquisa é importante no processo de elaboração do planejamento da comunicação organizacional, pois
- (A) garante apoio à área de comunicação junto à alta gestão.
  - (B) auxilia na compreensão da organização.
  - (C) permite conhecer o grau de eficácia das ações implementadas.
  - (D) alavanca a área ao patamar estratégico da organização.
  - (E) levanta informações objetivas e confiáveis para a elaboração de um plano de ação.
40. A Assessoria de Comunicação de uma organização questionava-se a respeito da representatividade de seu logotipo quanto às crenças e aos atributos da organização. Para que pudesse averiguar se suas percepções acerca da identidade visual da organização estavam corretas e orientar o trabalho de posicionamento institucional da organização, a área contratou uma empresa especializada no estudo de marcas. Na primeira fase do trabalho, a consultoria analisou publicações, pôsteres, manuais, fotos de placas de sinalização, dentre outros documentos, e a identidade visual da concorrência. Ainda nesta etapa, foram realizadas entrevistas em profundidade com 15 lideranças para que fossem identificados atributos da organização a serem classificados como positivos e negativos, os quais deveriam ser trabalhados na eventual criação de um novo logotipo e considerados na estratégia de comunicação institucional.
- Considerando que a pesquisa em Comunicação Institucional pode ser utilizada com fins estratégicos ou avaliativos, indique, dentre as opções a seguir, aquela que aponta o uso da pesquisa como estratégica e adequada ao caso apresentado.
- (A) Verificar se os objetivos do plano de comunicação foram alcançados.
  - (B) Identificar falhas nos programas de comunicação para correção em ações futuras.
  - (C) Aproximar a alta gestão dos públicos estratégicos.
  - (D) Avaliar a eficiência dos instrumentos e ações adotados no plano de comunicação.
  - (E) Auxiliar na determinação da estratégia do plano de comunicação e sua mensagem-chave.

41. A pesquisa de opinião é utilizada em comunicação institucional com a finalidade de
- (A) averiguar o posicionamento da marca percebido pelo mercado.
  - (B) conhecer a opinião dos *stakeholders* a respeito da organização e de sua atuação.
  - (C) levantar a opinião dos funcionários acerca da organização.
  - (D) verificar o nível de satisfação dos consumidores com relação à comunicação estabelecida pela organização.
  - (E) mapear a imagem que a imprensa tem da organização.
42. A auditoria de comunicação organizacional consiste em
- (A) acompanhar as tendências de opinião dos públicos estratégicos sobre tema de interesse da organização.
  - (B) conhecer a imagem que a organização tem diante de seus *stakeholders*.
  - (C) analisar os sistemas e as práticas da comunicação interna e externa de uma organização.
  - (D) avaliar a eficácia do discurso organizacional diante de seus públicos estratégicos.
  - (E) analisar o contexto da mudança de opinião dos públicos de interesse da organização.
43. O *Episodic Communication Channels in Organizations* (ECCO) é uma metodologia que introduz mensagem específica no sistema de comunicação administrativa de uma organização a partir de pontos de partida conhecidos. Ao final de período de tempo predeterminado, pergunta-se a cada membro da organização se ele recebeu a mensagem, quem a transmitiu, quando e como a recebeu.
- Considerando a definição dada para a metodologia, pode-se classificá-la como uma
- (A) auditoria de imagem.
  - (B) auditoria de opinião.
  - (C) auditoria de comunicação.
  - (D) pesquisa de clima.
  - (E) pesquisa de satisfação.
44. A imposição dos temas de discussão social é o princípio da teoria do *Agenda Setting* que pode ser considerado sob uma perspectiva negativa como manipulação da opinião pública. No entanto, sob uma abordagem positiva, pode-se afirmar que o filtro realizado pelos meios de comunicação de massa:
- (A) propicia o debate das diferentes opiniões sobre os temas estimulando o espírito crítico.
  - (B) desvia a atenção da opinião pública para assuntos de menor interesse público.
  - (C) impossibilita o conhecimento de fatos ainda dispersos e temas latentes pela opinião pública.
  - (D) provoca certa letargia da opinião pública frente a temas de interesse.
  - (E) posiciona a opinião pública sem instrumentalizá-la para o debate no espaço público.
45. Uma empresa deve investir em comunicação institucional para
- (A) conquistar novos consumidores.
  - (B) obter credibilidade diante de seus públicos.
  - (C) corrigir sua imagem.
  - (D) bloquear a concorrência.
  - (E) consolidar seu posicionamento mercadológico.
46. Para que uma empresa prestadora de serviço em comunicação institucional tenha uma postura ética em sua atuação, recomenda-se:
- (A) a manutenção do contrato de serviços com clientes concorrentes.
  - (B) a retenção de informações necessárias à continuidade do projeto.
  - (C) o respeito à cultura e às políticas do cliente.
  - (D) a divulgação de informações do cliente.
  - (E) a isenção de responsabilidade pelos serviços de parceiros.
47. O modelo de comunicação simétrica de duas vias pode ser observado no planejamento da comunicação de uma organização quando se verifica(m):
- (A) disposição para o diálogo e para a mudança tanto por parte da organização quanto dos públicos.
  - (B) disposição de mudança por parte dos públicos envolvidos.
  - (C) falta de veículos aos públicos, inviabilizando o seu *feedback*.
  - (D) esforços de comunicação visando atingir apenas os interesses organizacionais.
  - (E) informações de interesse público não sendo divulgadas por afetarem os objetivos organizacionais.

48. A política de Comunicação é fundamental no processo do planejamento estratégico da área, pois estabelece
- (A) a padronização dos veículos de comunicação.
  - (B) a conduta da organização em situações de crise.
  - (C) os padrões de conduta da área e o direcionamento às ações por ela conduzidas.
  - (D) os padrões para o comportamento e para o discurso da organização.
  - (E) o resultado a ser obtido pela área.
49. Os eventos que geram retorno institucional auxiliam na formação ou no fortalecimento de conceitos favoráveis
- (A) ao posicionamento mercadológico da marca promotora.
  - (B) à imagem da organização promotora.
  - (C) à atração de novos consumidores para a organização.
  - (D) à imagem da marca de produto a qual o evento está vinculado.
  - (E) à consolidação da marca diante de seu mercado-alvo.
50. Dentre as características dos eventos, \_\_\_\_\_ permite à organização estabelecer diálogo com seus públicos de forma a atingir a harmonização de interesses, possibilitando caracterizá-los como estratégicos no contexto da comunicação institucional.
- Assinale a alternativa que preenche corretamente a lacuna.
- (A) o dinamismo
  - (B) a versatilidade
  - (C) a interatividade
  - (D) o baixo custo
  - (E) a especificidade das temáticas
51. A assessoria de imprensa é uma técnica de divulgação que não garante a publicação de suas mensagens institucionais. A alternativa a esse recurso com a garantia da disseminação da mensagem de forma massiva seria a adoção de
- (A) eventos institucionais.
  - (B) propaganda.
  - (C) publicações institucionais.
  - (D) propaganda institucional.
  - (E) promoção de vendas.
52. “A sólida trajetória da empresa X revela, há mais de três décadas, os grandes compromissos da companhia com o Brasil: tornar a casa própria acessível a todos e contribuir, cada vez mais, com o crescimento do país”.
- Este texto foi publicado em uma revista de informação geral, de circulação nacional e pode-se afirmar que foi realizado com o propósito de
- (A) informar os fornecedores para obter sua compreensão.
  - (B) buscar a aceitação da organização junto à opinião pública.
  - (C) conquistar empatia dos moradores de uma localidade.
  - (D) informar empregados e obter sua cooperação.
  - (E) prestar serviço público.
53. As publicações institucionais podem ser organizadas em 3 grupos: publicações internas, externas e mistas. O primeiro grupo utiliza-se de técnicas de redação jornalística, enquanto o segundo também abarca veículos que adotam técnicas de redação publicitária e promocional.
- Depreende-se, por essa conceituação, que são exemplos de publicações internas apenas:
- (A) boletim, folheto promocional e balanço social.
  - (B) jornal, revista e boletim.
  - (C) manual, revista e relatório anual.
  - (D) revista, jornal e relatório anual.
  - (E) revista, boletim e balanço financeiro.
54. O trabalho de assessoria de imprensa deve ser realizado de maneira preventiva no contexto da comunicação institucional para
- (A) limpar a imagem da organização após uma situação crítica.
  - (B) manter o relacionamento com a imprensa e posicionar-se como fonte.
  - (C) manter a organização fora da imprensa em situação de crise.
  - (D) auxiliar o *marketing* de novos produtos.
  - (E) obter publicidade para o principal gestor da organização.

55. A comunicação digital 2.0 possibilita à organização a adoção de uma estratégia de comunicação participativa por meio da interatividade e da aproximação entre organização e públicos. A comunicação institucional pode aproveitar-se desta estratégia se observar alguns pré-requisitos, dentre os quais estão:
- (A) estabelecer a organização como a única fonte de informação, ter transparência informativa, ter agilidade na comunicação.
  - (B) estabelecer a organização como a única fonte de informação, falar para uma audiência, ter agilidade na comunicação.
  - (C) falar para uma audiência, ter transparência informativa, ter agilidade na comunicação.
  - (D) ouvir os públicos, fornecer informações de interesse da organização, ter agilidade na comunicação.
  - (E) ouvir os públicos, ter transparência informativa, ter agilidade na comunicação.
56. O planejamento é considerado pré-requisito para a mensuração porque
- (A) conduz o plano de ações.
  - (B) estabelece os meios pelos quais os resultados desejados serão obtidos.
  - (C) determina a estratégia a ser seguida pela comunicação.
  - (D) estabelece os objetivos que orientarão a verificação do alcance de resultados.
  - (E) auxilia na coordenação de esforços entre as diferentes áreas da comunicação.
57. A mensuração de resultado é conduzida por meio do levantamento de dados primários ou secundários que permitem identificar os resultados alcançados. Das opções a seguir, assinale a que se classifica como pesquisa de dados secundários.
- (A) Pesquisa de mercado.
  - (B) Monitoramento de mídias sociais.
  - (C) Pesquisa de satisfação.
  - (D) Auditoria de opinião.
  - (E) Pesquisa de imagem.
58. A Lei Brasileira de Acesso à Informação (Lei n.º 12.527/11) prevê como princípio da Transparência Ativa:
- (A) a demanda de indivíduo ou órgão da sociedade por informação de interesse coletivo, desde que não sejam resguardadas por sigilo.
  - (B) a criação do serviço de informação ao cidadão por órgãos e entidades do poder público.
  - (C) o protocolo de documentos e requerimentos de acesso à informação.
  - (D) a iniciativa do órgão público de identificar e dar informações de interesse geral, ainda que não tenham sido solicitadas.
  - (E) atendimento e orientação ao público sobre procedimentos de acesso à informação.
59. A mensuração de resultados em comunicação institucional é realizada a partir da determinação de medidas, ou seja, do que se pretende mensurar. Pode-se afirmar que são exemplos de medidas utilizadas no processo de mensuração da comunicação institucional:
- (A) atividades realizadas pela área; alcance dos objetivos do plano; mudança de comportamento, opinião e/ou atitude do público.
  - (B) mudança de comportamento do público; mudança de opinião do público; mudança de atitude do público.
  - (C) atividades realizadas pela área; eficiência da estratégia; mudança de opinião do público.
  - (D) alcance dos objetivos do plano; eficiência da estratégia; mudança de opinião do público.
  - (E) atividades realizadas pela área; alcance dos objetivos do plano; eficiência da estratégia.
60. Os diversos autores dedicados ao estudo da mensuração de resultados em comunicação institucional afirmam que a mensuração voltada apenas à quantidade e à qualidade dos produtos comunicacionais, também denominada como mensuração de produção, evidencia meramente o nível operacional da área, uma vez que
- (A) está vinculada à gestão estratégica da comunicação.
  - (B) negligencia o monitoramento de seu impacto sobre a estratégia adotada pela organização.
  - (C) demonstra o retorno financeiro dos investimentos na área de comunicação.
  - (D) verifica a mudança de opinião, comportamento e atitude dos públicos de interesse.
  - (E) não é capaz de demonstrar o alinhamento do plano de comunicação ao planejamento estratégico da organização.

PCI Concursos

PCI Concursos

PCI Concursos