

RELAÇÕES PÚBLICAS JR.**INSTRUÇÕES**

1. Confira, abaixo, o seu número de inscrição, turma e nome. Assine no local indicado.
2. Aguarde autorização para abrir o Caderno de Prova. Antes de iniciar a resolução das questões, confira a numeração de todas as páginas.
3. Esta prova é constituída de 40 questões objetivas e uma questão discursiva.
4. Nesta prova, as questões objetivas são de múltipla escolha, com 5 alternativas cada uma, sempre na seqüência **a, b, c, d, e**, das quais somente uma deve ser assinalada.
5. A questão discursiva deverá ser resolvida no Caderno de Prova e transcrita na Folha de Versão Definitiva, que será distribuída pelo aplicador de prova no momento oportuno.
6. A interpretação das questões é parte do processo de avaliação, não sendo permitidas perguntas aos aplicadores de prova.
7. Ao receber o cartão-resposta e a Folha de Versão Definitiva, examine-os e verifique se o nome impresso neles corresponde ao seu. Caso haja qualquer irregularidade, comunique-a imediatamente ao aplicador de prova.
8. O cartão-resposta deverá ser preenchido com caneta esferográfica preta, tendo-se o cuidado de não ultrapassar o limite do espaço para cada marcação.
9. A resposta da questão discursiva deve ser transcrita **NA ÍNTEGRA** na Folha de Versão Definitiva.
Será considerada para correção apenas a resposta que constar na Folha de Versão Definitiva.
10. Não serão permitidas consultas, empréstimos e comunicação entre os candidatos, tampouco o uso de livros, apontamentos e equipamentos eletrônicos ou não, inclusive relógio. O não-cumprimento dessas exigências implicará a eliminação do candidato.
11. Os aparelhos celulares deverão ser desligados e colocados OBRIGATORIAMENTE no saco plástico. Caso essa exigência seja descumprida, o candidato será excluído do concurso.
12. O tempo de resolução das questões, incluindo o tempo para preenchimento do cartão-resposta e a transcrição na Folha de Versão Definitiva, é de 4 horas.
13. Ao concluir a prova, permaneça em seu lugar e comunique ao aplicador de prova. Aguarde autorização para entregar o Caderno de Prova, o cartão-resposta, a Folha de Versão Definitiva e a ficha de identificação.
14. Se desejar, anote as respostas no quadro abaixo, recorte na linha indicada e leve-o consigo.

DURAÇÃO DESTA PROVA: 4 horas

NÚMERO DE INSCRIÇÃO

TURMA

NOME DO CANDIDATO

ASSINATURA DO CANDIDATO

Português

Conhecimento
Específico

Inglês

Espanhol

Discursiva

RESPOSTAS

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

3
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80

PORTUGUÊS

O texto a seguir é referência para as questões 01 a 03.

Susan — Essa foi uma idéia que comecei a discutir nos anos 70, quando escrevi meu primeiro ensaio sobre fotografia, e que senti a necessidade de retomar agora. Naquela época eu disse de maneira um tanto forte que as imagens poderiam, sim, nos tornar passivos. Hoje eu acredito que isso não é necessariamente verdade. As coisas só acontecem dessa maneira se a mensagem que acompanha a imagem for a de que nada pode ser feito. Se a mensagem subliminar for "sim, tudo é horrível, mas interferir está fora de nossas possibilidades", aí ela leva você à passividade. E é preciso estar alerta também para a compaixão e a simpatia fácil que as imagens de sofrimento nos provocam. Eu estava visitando o Rio de Janeiro quando o filme *Cidade de Deus* estreou, e vi muita gente surpresa com a realidade exibida pelo filme. Esse tipo de surpresa é uma espécie de clamor de inocência, um alibi. É uma forma de dizer "eu não sabia que esse horror acontecia ao meu lado" e de não pensar que o sofrimento dos outros pode estar perversamente conectado com o seu bem-estar. Precisamos sempre questionar o papel da compaixão quando vemos algo terrível que está acontecendo longe de nós. Se não carregar consigo a idéia de que as coisas podem mudar, talvez então você se torne realmente passivo e comece a pensar na realidade como um espetáculo.

(Revista Veja, 27 ago. 2003, p. 14.)

01 - O texto acima apresenta a resposta de Susan Sontag a uma pergunta feita pelo entrevistador da revista *Veja*. Considere as seguintes propostas de pergunta que poderiam ser usadas para completar esse trecho da entrevista:

1. Exposição demais à violência por meio de fotos e imagens de televisão podem levar as pessoas à indiferença e à passividade?
2. Exposição demais à violência por meio de fotos e imagens de televisão pode levar as pessoas à indiferença e à passividade?
3. Exposição demais a violência por meio de fotos e imagens de televisão podem levar as pessoas a indiferença e a passividade?
4. Exposição demais à violência por meio de fotos e imagens de televisão pode levar às pessoas a indiferença e a passividade?

Estão de acordo com a gramática normativa da língua portuguesa:

- a) somente 1.
- b) somente 2.
- c) somente 1 e 3.
- d) somente 3.
- *e) somente 2 e 4.

02 - Na frase "Hoje acredito que isso não é necessariamente verdade", o termo sublinhado significa que se trata de uma declaração que:

- a) deixou de ter utilidade.
- *b) não se aplica a todos os casos.
- c) é o oposto daquilo em que a autora acreditava.
- d) é falsa.
- e) não precisa ser considerada verdadeira.

03 - De acordo com a autora, a reação de surpresa das pessoas ao filme *Cidade de Deus*:

- a) demonstra uma tomada de consciência da realidade.
- *b) é uma forma de justificar sua passividade.
- c) distingue os culpados dos inocentes.
- d) é um modo sincero de demonstrar compaixão.
- e) atesta o poder mobilizador das imagens.

04 - As idéias abaixo formam um texto coerente, mas estão fora da ordem em que aparecem no original.

- (1) Acaba convencendo os pais a apostar em seu desejo.
- (2) Depois de comprado todo aquele aparato – uniforme, touca, roupão, sapatilhas –, são os pais que forçam os filhos a continuar, para não jogar o dinheiro fora.
- (3) O prazer da competição, associado à idéia de que o filho é bom no que faz, pode levar os pais a desconsiderar sinais importantes na criança.
- (4) A primeira delas é a insistência dos filhos para começar novas atividades.
- (5) Nesses casos, o esforço para criar o atleta mirim pode ser, com perdão do trocadilho, um autêntico gol contra.
- (6) Outra cilada muito comum é o orgulho que os pais sentem ao ver os filhos nas quadras.
- (7) É preciso cuidado para não cair em algumas armadilhas.
- (8) Nessa fase, a criança quer aprender um pouco de tudo.

Assinale a alternativa que apresenta a seqüência correta de estruturação dessas idéias em um texto.

- a) 5 – 7 – 3 – 4 – 6 – 1 – 2 – 8.
- b) 7 – 4 – 5 – 3 – 6 – 8 – 1 – 2.
- c) 7 – 5 – 4 – 1 – 8 – 3 – 2 – 6.

- 80 *d) 7 – 4 – 8 – 1 – 2 – 6 – 3 – 5.
81 e) 8 – 2 – 7 – 4 – 5 – 3 – 6 – 1.

82
83 **05 - O trecho a seguir fala sobre as intenções de Picasso de pedir cidadania francesa:**

84
85 Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido a
86 questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e "já adotou nosso modo de
87 vida". (CartaCapital, 12.05.2004, p. 59.)

88
89 **Assinale a alternativa que transcreve o texto acima, transformando o discurso direto da frase sublinhada em**
90 **discurso indireto, de acordo com a norma padrão da escrita.**

- 91
92 a) Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido
93 a questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e já adotou nosso modo
94 de vida.
95 *b) Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido
96 a questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e já adotara o modo de
97 vida francês.
98 c) Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido
99 a questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e já tinha adotado nosso
100 modo de vida.
101 d) Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido
102 a questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e já adotou o modo de
103 vida francês.
104 e) Na época, o artista tinha dado entrada num dossiê extenso que apoiava seu pedido de naturalização e já tinha respondido
105 a questionários detalhados, que revelam que em 1939 havia pago 700 mil francos em impostos e já adotaria o modo de
106 vida da França.

107
108 **06 - Assinale a alternativa cujo texto está corretamente pontuado.**

- 109
110 a) Uma harpa de mais de dois mil anos foi encontrada por arqueólogos austríacos perto de Fritzens no vale do rio Inn, com o
111 desenho de um animal mítico, um cavalo com pernas de serpente e uma inscrição com o que parece ser o nome do seu
112 proprietário escrito no idioma local falado naqueles tempos, a harpa foi encontrada nas ruínas de uma moradia da Idade
113 do Ferro destruída pelos romanos em 15 a.C.
114 b) Uma harpa de mais de dois mil anos foi encontrada, por arqueólogos austríacos perto de Fritzens no vale do rio Inn, com
115 o desenho de um animal mítico: um cavalo com pernas de serpente e uma inscrição com o que parece ser o nome do
116 seu proprietário escrito no idioma local falado naqueles tempos. A harpa foi encontrada nas ruínas de uma moradia da
117 Idade do Ferro destruída pelos romanos em 15 a.C.
118 c) Uma harpa de mais de dois mil anos, foi encontrada por arqueólogos austríacos perto de Fritzens no vale do rio Inn, com
119 o desenho de um animal mítico – um cavalo com pernas de serpente – e uma inscrição com o que parece ser o nome do
120 seu proprietário escrito no idioma local falado naqueles tempos. A harpa foi encontrada, nas ruínas de uma moradia da
121 Idade do Ferro destruída pelos romanos, em 15 a.C.
122 d) Uma harpa de mais de dois mil anos foi encontrada por arqueólogos austríacos perto de Fritzens. No vale do rio Inn, com
123 o desenho de um animal mítico (um cavalo com pernas de serpente) e uma inscrição com o que parece ser o nome do
124 seu proprietário escrito no idioma local falado naqueles tempos, a harpa foi encontrada nas ruínas de uma moradia da
125 Idade do Ferro destruída pelos romanos, em 15 a.C.
126 *e) Uma harpa de mais de dois mil anos foi encontrada, por arqueólogos austríacos, perto de Fritzens, no vale do rio Inn.
127 Com o desenho de um animal mítico – um cavalo com pernas de serpente – e uma inscrição com o que parece ser o
128 nome do seu proprietário escrito no idioma local falado naqueles tempos, a harpa foi encontrada nas ruínas de uma
129 moradia da Idade do Ferro, destruída pelos romanos em 15 a.C.

130
131 **07 - Considere o seguinte conjunto de informações:**

- 132
133 **1. As drogas que combatem o câncer destroem igualmente células doentes e sadias.**
134 **2. O fato de as drogas que combatem o câncer destruírem igualmente células doentes e sadias é uma desvantagem**
135 **para o paciente.**
136 **3. Os pesquisadores tentam direcionar o alvo do ataque das drogas que destroem células cancerosas.**
137 **4. Os pesquisadores têm desenvolvido drogas que atacam as características específicas das células cancerosas.**

138
139 **Assinale a alternativa em que essas idéias foram agrupadas em um texto, de acordo com as normas da língua padrão**
140 **escrita.**

- 141
142 *a) Como as drogas que combatem o câncer destroem igualmente células doentes e sadias, o que é uma desvantagem para
143 o paciente, os pesquisadores têm procurado direcionar o alvo do ataque, desenvolvendo drogas que atacam as
144 características específicas das células cancerosas.
145 b) As drogas que combatem o câncer destroem igualmente células doentes e sadias, onde são uma desvantagem para o
146 paciente, por isso os pesquisadores vêm desenvolvendo drogas que atacam as características específicas das células
147 cancerosas, afim de direcionar o alvo do ataque.
148 c) Tendo em vista que as drogas que combatem o câncer destroem igualmente células doentes e sadias, que são uma
149 desvantagem para o paciente, os pesquisadores vêm desenvolvendo drogas para direcionar o alvo do ataque, em que
150 atacam as características específicas das células cancerosas.
151 d) Embora as drogas que combatem o câncer destruam igualmente células doentes e sadias, são uma desvantagem para o
152 paciente, e os pesquisadores vêm desenvolvendo drogas que atacam as características específicas das mesmas, para
153 direcionar o alvo do ataque.

- 154 e) Para direcionar o alvo do ataque, que as drogas que combatem o câncer destroem igualmente células doentes e saudáveis,
155 sendo uma desvantagem para o paciente, os pesquisadores vêm desenvolvendo drogas que atacam as características
156 específicas das células cancerosas.

De Meca e de lucros

161 Um dos grandes trunfos do capitalismo (e do Ocidente, seu quartel-general) é a imensa capacidade de digerir adversários e
162 até inimigos e devolvê-los ao grande público como produtos, como "business". O exemplo mais antigo é o da efígie de Che
163 Guevara. Vivo, era um combatente anticapitalista. Morto, virou imagem em "t-shirts" e lucro para os fabricantes.

164 Exemplo mais imediato está na página A9 da Folha de ontem: um jovem libanês banhado em sangue depois de cortar a
165 cabeça com a espada na Ashura, o ritual que marca o martírio do neto do profeta Maomé. O sangue soará como aberrante para
166 boa parte dos ocidentais (a mim não, desde que não custe sangue alheio). Mas o respeito ao ritual ancestral não impede que o
167 jovem, ainda ensangüentado, fale ao celular, hoje o mais disseminado símbolo do consumismo (em tese a antítese do martírio) e
168 da capacidade de veloz e até feroz renovação das tecnologias no Ocidente.

169 Não é caso único: o jornal espanhol "El País" relata o avanço na Europa dos produtos "halal" (lícitos segundo os preceitos
170 do islamismo). À primeira vista, é o triunfo da tradição sobre o modernismo (suposto ou real) representado pelos métodos
171 ocidentais. Mas, à segunda vista, o "boom" do "halal" é fruto do desejo da terceira geração de islamitas na Europa de, em
172 mantendo tradições, poder consumi-las nos supermercados, como qualquer europeu, em vez de ser obrigado a fazê-lo em
173 pequenas lojas de pequenos quetos.

174 Aí surge o espírito animal do capitalismo para atendê-los. Lógico: a fatia de mercado para esse tipo de produto é de US\$ 18
175 bilhões. Até porque não há fiscalização suficiente para saber se o frango, por exemplo, foi degolado olhando para Meca, uma das
176 condições de ser "halal". A Meca para a qual olha o capitalismo é o lucro.

(ROSSI, Clóvis. Folha de S. Paulo, *Opinião*, 01 fev. 2007.)

08 - Nesse texto, Clóvis Rossi:

- 181 a) considera positiva a forma como o capitalismo procura preservar as tradições.
182 *b) demonstra seu desprezo pelas estratégias capitalistas de abrir mercados.
183 c) recebe com otimismo a constatação da entrada dos islamitas ao mundo ocidental.
184 d) defende a necessidade de compreendermos as tradições culturais dos outros povos, desde que não provoquem
185 derramamento de sangue alheio.
186 e) vê na tecnologia de comunicação, exemplificada com o uso do telefone celular, um fator de unificação das culturas.

09 - Assinale a alternativa que está de acordo com as normas da língua padrão escrita.

- 190 a) Dois filmes que o diretor é Clint Eastwood concorrem ao Oscar neste ano: *A conquista da Honra* e *Cartas de Iwo Jima*.
191 b) *A conquista da Honra* concorre nas categorias de som e edição de som, e *Cartas de Iwo Jima* é uma aventura que
192 poucos diretores ousariam embarcar.
193 c) Em 1968, o crítico Vincent Canby escreveu que Clint Eastwood só não era mau ator porque os atores fazem alguma
194 coisa. Anos mais tarde, Canby admitiu de que errou ao não reconhecer "a graciosidade e a espiritualidade" do
195 ator/diretor.
196 *d) "Naquela época, só se falava nos direitos dos criminosos. Os direitos das vítimas não andavam muito em moda", ironiza
197 Eastwood, explicando a rapidez e a intensidade com que o personagem Dirty Harry entrou na veia dos americanos.
198 e) *Os Imperdoáveis* é uma condenação clara da corrupção moral, social e espiritual em que a violência ocasiona.

Texto 1

201 Nada mais enganoso do que encarar *A Conquista da Honra* como um filme destinado, a exemplo de tantos dramas de guerra
202 norte-americanos, a apenas engrandecer a participação dos EUA na Segunda Guerra. Seria exagero também, por outro lado,
203 esperar dele a função de advogado do diabo, como o fictício (e anti-semita) presidente Charles Lindbergh do romance *Complô*
204 *contra a América*, de Philip Roth, para quem os EUA não deveriam ter entrado no conflito. Nem tanto ao céu, nem tanto à terra,
205 como Clint Eastwood tem feito em sua obra madura de cineasta. O mundo, em filmes como *Sobre Meninos e Lobos*, é complexo,
206 cheio de nuances, de interesses divergentes, de versões e contraversões – e de gente tentando viver dignamente em meio a isso.
207 (Sérgio Rizzo)

Texto 2

210 O longa de animação enfoca o dia-a-dia de Tales, Jairzinho e Bandeira – um jaguar, um quati e um tamanduá, respectivamente –,
211 filhotes (ou pré-adolescentes) em conflito com a escola, com a família e, principalmente, com a própria identidade. Quando o trio
212 recebe a missão de escrever uma redação escolar cujo tema é "quem sou eu?", os três amigos descobrem a história da vila dos
213 brichos (corruptela de bichos brasileiros). Ao longo da animação, o espectador também entra em crise, já que linguagem, temática
214 e ritmo estão em conflito. Os "brichos" fofinhos com formas arredondadas destoam dos diálogos dirigidos aos pré-adolescentes
215 viciados em games, internet e skates. Mas o que chateia mesmo é a mensagem mastigada o tempo todo sobre o "país a ser
216 construído". A animação exacerba o nacionalismo, tema já batido no banco escolar em diferentes períodos da história da infância.
217 (Gabriela Romeu)

Texto 3

220 Nos anos 70, o recém-formado Garrigan vai trabalhar em Uganda cheio de idealismos. Por acaso, ele atende Idi Amin após um
221 acidente. O novo líder do país decide transformá-lo primeiro em seu médico pessoal e, depois, em seu conselheiro mais próximo.
222 Quando percebe que o presidente se tornou um ditador, Garrigan prefere, a princípio, fazer vista grossa, mas decide tomar uma
223 atitude ao descobrir que Idi Amin virou um maníaco sanguinário e que sua vida também está em risco. Em seu primeiro longa de
224 ficção, o escocês Kevin Macdonald usa sua experiência para criar um convincente retrato de Uganda sob o domínio de Dada, com
225 uma fotografia de cores saturadas e câmera na mão. Mas o grande trunfo de *O Último Rei da Escócia* é sua visão da realidade
226 africana. Em vez de lançar um olhar caridoso para o continente – como o recente *Diamantes de Sangue* –, a produção usa a

227 fórmula do "buddy movie" para fazer uma parábola sobre como a ingenuidade camuflada de boas intenções do Primeiro Mundo
228 pode ajudar a alimentar a miséria do Terceiro. (Ricardo Calil)

229 (Resenhas adaptadas da seção *Guia da Folha*, Folha de S. Paulo, 02 fev. 2007.)

230

231 **10 - O apelo nacionalista é apontado como aspecto negativo do filme em questão:**

- 232
233 a) apenas no texto 1.
234 *b) apenas no texto 2.
235 c) apenas no texto 3.
236 d) apenas nos textos 1 e 2.
237 e) nos textos 1, 2 e 3.
238

239 CONHECIMENTO ESPECÍFICO

240
241 **11 -** “O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A
242 máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi
243 experimentado”. (Adorno, Theodor e Horkheimer, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Jorge Zahar, 1985. p. 126)

244
245 **Com base no texto acima e nos fundamentos da Teoria Crítica, considere as seguintes afirmativas:**

- 246
247 **1. O termo Indústria Cultural tem o mesmo sentido que Cultura de Massa, pois se trata de produzir uma cultura para**
248 **o consumo massivo.**
249 **2. A Indústria Cultural é a extinção dos limites antes resguardados entre a arte e a indústria.**
250 **3. A estética produzida pela Indústria Cultural é, necessariamente, conservadora, pois a lógica do consumo exclui**
251 **qualquer novidade estética.**
252 **4. A Indústria Cultural congrega toda produção massiva. Por isso, áreas como a indústria fonográfica independente**
253 **são consideradas como excluídas da IC.**

254
255 **Assinale a alternativa correta.**

- 256
257 a) Somente as afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.
258 *b) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
259 c) Somente as afirmativas 2, 3 e 4 são verdadeiras.
260 d) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
261 e) Somente as afirmativas 2 e 4 são verdadeiras.
262

263 **12 -** “Os líderes de opinião e o fluxo comunicativo em dois níveis são, pois, apenas uma modalidade específica de um fenômeno
264 de ordem geral; na dinâmica que gera a formação da opinião pública – dinâmica em que participam também os *mass media* –
265 o resultado global não pode ser atribuído aos indivíduos considerados isoladamente; deriva, pelo contrário, da rede de
266 interações que une as pessoas umas às outras.” (Wolf, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1995.)

267
268 **O texto acima refere diversas discussões relevantes que perpassaram a Escola Americana dos estudos dos efeitos**
269 **da comunicação de massa. Sobre essa vertente de estudos e com base no texto, considere as seguintes afirmativas:**

- 270
271 **1. A concepção de sociedade com indivíduos atomizados recebendo isoladamente as mensagens dos meios de**
272 **comunicação de massa, referida no texto de Wolf, é fundamento da teoria da agulha hipodérmica.**
273 **2. Os líderes de opinião fazem parte de uma vertente de estudos que defende que os efeitos dos meios de**
274 **comunicação não podem ser compreendidos senão a partir da análise das interações recíprocas entre os**
275 **destinatários.**
276 **3. Os líderes de opinião são pessoas que, pela posição social, têm capacidade de influenciar as opiniões de**
277 **indivíduos menos informados ou em posição social inferior sobre qualquer tema abordado pelos meios de**
278 **comunicação.**
279 **4. O conceito de líderes de opinião reforça a noção de sociedade de massa, pois aponta para a existência de uma**
280 **massa incapaz de pensar sozinha e moldada por pessoas mais informadas e pelos meios de comunicação.**

281
282 **Assinale a alternativa correta.**

- 283
284 *a) Somente 1 e 2 são verdadeiras.
285 b) Somente 1, 2 e 3 são verdadeiras.
286 c) Somente 3 e 4 são verdadeiras.
287 d) Somente 1, 3 e 4 são verdadeiras.
288 e) Somente 2 e 4 são verdadeiras.
289

290 **13 - Com relação ao sigilo profissional, assinale a alternativa que NÃO apresenta os princípios fundamentais do Código**
291 **de Ética dos Profissionais de Relações Públicas.**

- 292
293 a) O profissional de Relações Públicas guardará sigilo das ações que lhe forem confiadas e não poderá ser obrigado a
294 revelar assuntos que possam ser lesivos a seus clientes ou empregadores.
295 b) Quando o profissional de Relações Públicas faz parte de uma equipe, o cliente deverá ser informado de que seus
296 membros poderão ter acesso a material referente aos projetos e ações.
297 c) Nos casos de perícia, o profissional de Relações Públicas deverá tomar todas as precauções para que, servindo à
298 autoridade que o designou, não exponha indevida e desnecessariamente ações do caso em análise.
299 *d) Quando o profissional de Relações Públicas aceitar serviços incompatíveis com os princípios e técnicas de Relações
300 Públicas e perceber que a verdade está subordinada a interesses ilegítimos, justifica-se a quebra de sigilo.
301 e) A quebra de sigilo é necessária quando se tratar de fato delituoso, previsto em lei, cuja gravidade de suas conseqüências
302 imponha o dever de consciência de denunciar o fato.
303

304 **14 - Sobre os procedimentos a serem adotados para mapear e identificar os públicos junto às organizações, considere as**
 305 **seguintes afirmativas:**

- 306
 307 1. **Auxiliam no levantamento de dados para pesquisas sobre atitudes e comportamentos dos públicos.**
 308 2. **Contribuem para que a organização entenda a importância dos públicos e saiba lidar com eles.**
 309 3. **Favorecem a escolha do conteúdo da mensagem, das idéias centrais a desenvolver e da abordagem a empreender.**
 310 4. **Devem ater-se aos focos típicos da relação organização–públicos, que inclui tão somente o social e a resolução**
 311 **de conflitos.**
 312 5. **Adotam o critério geográfico de públicos internos e externos como o mais relevante para a escolha dos públicos da**
 313 **organização.**

314
 315 **Assinale a alternativa correta.**

- 316
 317 a) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
 318 *b) Somente as afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.
 319 c) Somente as afirmativas 4 e 5 são verdadeiras.
 320 d) Somente as afirmativas 1, 2 e 5 são verdadeiras.
 321 e) As afirmativas 1, 2, 3, 4 e 5 são verdadeiras.

322
 323 **15 - Quanto a um projeto de relações públicas para determinada organização, considere as afirmativas abaixo:**

- 324
 325 1. **Deverá percorrer as seguintes etapas: pesquisa, *briefing*, diagnóstico, programas de ação, anteprojeto, projeto**
 326 **final.**
 327 2. **Deverá buscar resolver todos os problemas de relacionamento da organização com os seus públicos.**
 328 3. **Não precisa estar de acordo com a política de comunicação social da organização.**
 329 4. **Deverá proporcionar condições de alcançar resultados esperados e enfocados pelo planejamento estratégico da**
 330 **organização.**
 331 5. **Deverá ser considerado um trabalho com datas de início e término previamente estabelecidas, com coordenador**
 332 **responsável e resultado final predeterminado.**

333
 334 **Assinale a alternativa correta.**

- 335
 336 a) Somente as afirmativas 1, 3 e 4 são verdadeiras.
 337 b) Somente as afirmativas 2 e 5 são verdadeiras.
 338 *c) Somente as afirmativas 1, 4 e 5 são verdadeiras.
 339 d) Somente as afirmativas 2, 4 e 5 são verdadeiras.
 340 e) Somente a afirmativa 1 é verdadeira.

341
 342 **16 - Sobre projetos de relações públicas com a comunidade, considere as seguintes afirmativas:**

- 343
 344 1. **Devem ser utilizados para minimizar problemas reais causados às pessoas pela ação da organização, com o**
 345 **objetivo exclusivo de minimizar o desgaste na imagem da empresa.**
 346 2. **A abordagem de comunicação deve propiciar unidade e sintonia entre a organização e a comunidade, cabendo à**
 347 **organização tomar as medidas técnicas e comunicá-las ao público.**
 348 3. **O desenvolvimento de um projeto de relações públicas com a comunidade requer um redirecionamento**
 349 **metodológico, substituindo a ação unidirecional e autoritária das organizações.**
 350 4. **É fundamental criar mecanismos que propiciem o diálogo permanente entre a organização e o público, mantendo**
 351 **um relacionamento direto e contínuo entre as partes envolvidas.**
 352 5. **Do ponto de vista do diálogo entre a organização e o público, a concepção das relações públicas se aproxima do**
 353 **modelo “simétrico de duas mãos” de Grunig e Hunt, pois a ênfase está mais no público do que na mídia.**

354
 355 **Assinale a alternativa correta.**

- 356
 357 *a) Somente as afirmativas 3, 4 e 5 são verdadeiras.
 358 b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
 359 c) Somente a afirmativa 3 é verdadeira.
 360 d) Somente as afirmativas 2 e 4 são verdadeiras.
 361 e) As afirmativas 1, 2, 3, 4 e 5 são verdadeiras.

362

363 17 - De acordo com a Lei nº 5.700, de 1º de setembro de 1971, que dispõe sobre os símbolos nacionais, a Bandeira
 364 Nacional, em todas as apresentações no território nacional, deve ocupar lugar de honra, compreendido como uma
 365 posição, podendo ser usada em todas as manifestações do sentimento patriótico dos brasileiros, de caráter oficial
 366 ou particular, desde que assegurado o devido respeito. Sobre o assunto, considere as afirmativas abaixo:

- 367 1. Quanto à colocação, a Bandeira Nacional deverá ocupar sempre o centro. A partir dela são colocadas as demais,
 368 por ordem de precedência, a partir da sua direita. Caso haja, além da Bandeira Nacional somente uma, a outra
 369 ficará à esquerda.
- 370 2. É permitido reproduzir a Bandeira Nacional sobre paredes, tetos, vidraças, veículos e aeronaves.
- 371 3. Quando várias bandeiras são hasteadas ou arriadas simultaneamente, a Bandeira Nacional é a primeira a atingir o
 372 topo e a primeira a dele descer.
- 373 4. A Bandeira Nacional pode ser hasteada e arriada a qualquer hora do dia ou da noite.
- 374 5. É permitido usar a Bandeira Nacional como roupa, reposteiro, pano de boca, guarnição de mesa,
 375 revestimento de tribuna ou como cobertura de placas, retratos, painéis ou monumentos a inaugurar.

376 **Assinale a alternativa correta.**

- 377 a) Somente as afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.
- 378 b) Somente as afirmativas 1, 3 e 4 são verdadeiras.
- 379 c) Somente as afirmativas 3 e 5 são verdadeiras.
- 380 *d) Somente as afirmativas 1, 2 e 4 são verdadeiras.
- 381 e) As afirmativas 1, 2, 3, 4 e 5 são verdadeiras.

382 18 - "Existem hoje inúmeras possibilidades e tipos de eventos capazes de atender a cada um dos objetivos mais específicos e
 383 complexos de qualquer empresa, independentemente de seu porte, verba disponível, produto/serviço comercializado,
 384 estrutura de marketing e outras características. (...) As estratégias de comunicação/marketing – quantitativas e qualitativas –,
 385 e as disponibilidades financeira, técnica, de infra-estrutura e de prazo de implantação constituem os principais critérios para a
 386 escolha. (...) Os diversos tipos de eventos que uma empresa organiza, patrocina ou participa podem ser classificados de
 387 acordo com vários critérios." (GIACAGLIA, M. C. *Organização de Eventos: Teoria e Prática*. SP: Pioneira Thomson Learning, 2004;
 388 CESCA, Cleuza G. G & CESCA, Wilson. *Organização de eventos*. São Paulo: Summus, 1997)

389 **No contexto das relações públicas, o evento deve ser planejado com objetivos preestabelecidos, entendendo que a**
 390 **sua organização inicia pela escolha adequada do tipo de evento. Com base no texto acima, numere a coluna da**
 391 **direita de acordo com a coluna da esquerda.**

- | | | |
|------------------|-----|--|
| 392 1. Fórum | () | Exposição feita por uma ou mais pessoas com a presença de um |
| 393 2. Colóquio | () | coordenador. O assunto exposto é do conhecimento da platéia que participa |
| 394 3. Roadshow | () | em forma de grupos. |
| 395 4. Seminário | () | Conjunto de eventos que percorrem várias regiões, com programação |
| 396 5. Workshop | () | sincronizada, garantindo a qualidade de sua trajetória. Modalidade utilizada |
| | () | para treinamentos de clientes e/ou parceiros, lançamento de |
| | () | produtos/serviços, prospecção, provocando um relacionamento mais próximo |
| | () | com clientes e/ou parceiros. |
| | () | Evento que reúne profissionais da mesma área de negócios ou mesma |
| | () | empresa, com o objetivo de solucionar um problema ou desenvolver um tema. |
| | () | Apresentação caracterizada por discussões e debates, liderada por um |
| | () | coordenador. O líder do evento é o responsável pela conclusão do debate. |
| | () | Poderá ter a duração de um ou mais dias. |
| | () | Exposição de um tema em reunião fechada, com o objetivo de tomadas de |
| | () | decisões e esclarecimentos sobre algum assunto sob a supervisão de um |
| | () | coordenador. |

397 **Assinale a alternativa que apresenta a seqüência correta da coluna da direita, de cima para baixo.**

- 398 a) 2 – 4 – 3 – 1 – 5.
- 399 b) 5 – 2 – 1 – 3 – 4.
- 400 c) 4 – 3 – 2 – 1 – 5.
- 401 d) 4 – 5 – 3 – 2 – 1.
- 402 *e) 4 – 3 – 5 – 1 – 2.

403 19 - De acordo com Andrade (*Para entender relações públicas*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1993), os veículos de
 404 comunicação dirigida podem ser divididos em quatro grupos distintos. Quanto a essa classificação, numere a coluna
 405 da direita de acordo com a coluna da esquerda.

- | | | |
|----------------------|-----|---|
| 406 1. Escritos | () | Comemorações e outros eventos congêneres. |
| 407 2. Oraís | () | Recursos visuais, auditivos e audiovisuais. |
| 408 3. Aproximativos | () | Congressos e convenções. |
| 409 4. Auxiliares | () | Publicações. |

410 **Assinale a alternativa que apresenta a seqüência correta da coluna da direita, de cima para baixo.**

- 411 a) 3 – 2 – 1 – 4.
- 412 b) 3 – 4 – 1 – 2.
- 413 c) 4 – 3 – 2 – 1.
- 414 *d) 3 – 4 – 2 – 1.
- 415 e) 4 – 3 – 1 – 2.

420 **20 - A comunicação empresarial incorporou também a tendência de segmentação de mercados e de públicos, com a**
421 **implementação de canais para dar conta de interesses e expectativas localizados, expressos por segmentos ou grupos**
422 **de consumidores. A idéia básica que reforça essa tendência é de que as pessoas, em função dos cargos e papéis que**
423 **desempenham na sociedade, têm demandas específicas por produtos e informações. As empresas capazes de**
424 **identificar essas demandas e, sobretudo, de satisfazê-las, trilham, com mais facilidade, o caminho do sucesso.**

425
426 **Acerca do texto acima, considere as seguintes afirmativas:**

- 427
428
429
430
431
432
433
1. **Exige-se do comunicador empresarial o conhecimento do mercado em que a organização atua, do perfil dos públicos com que ela se relaciona e dos canais utilizados para promover esse relacionamento.**
 2. **Cabe ao comunicador social posicionar a empresa a partir da imagem idealizada da organização e utilizar todos os canais de comunicação possíveis para um relacionamento sadio com os públicos de interesse.**
 3. **O comunicador empresarial deve ser efetivamente um gestor, capaz de traçar estratégias, fazer leituras do ambiente interno e externo e agir de modo proativo.**

434
435 **Assinale a alternativa correta.**

- 436
437
438
439
440
441
442
- a) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.
 - b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
 - c) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
 - *d) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
 - e) Somente a afirmativa 1 é verdadeira.

443 **21 - Assinale a alternativa INCORRETA.**

- 444
445
446
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
- a) A comunicação empresarial afina-se com o processo de gestão organizacional e tem sido pouco a pouco afetada pelas pressões do mercado, sobretudo quando se orienta por objetivos estritamente comerciais, relegando a segundo plano o seu caráter institucional.
 - b) A indústria da comunicação apresenta mudanças drásticas, com o aprofundamento de sua concentração e a sua dependência de fatores políticos e econômicos.
 - *c) O aumento acelerado da circulação de informações e a convicção de que a imagem de uma empresa ou entidade é construída com base em leituras distintas feitas por um grande número de públicos de interesse tornam o processo de comunicação mais dinâmico e menos complexo.
 - d) Estratégica e vital para o processo de tomada de decisões, a comunicação empresarial paulatinamente se destaca no organograma das organizações.
 - e) A comunicação empresarial moderna tem o seu foco no negócio. Isso significa que apenas didaticamente – e, ainda assim, com o risco iminente de se toldar a visão – podem-se admitir como singulares as vertentes institucional e mercadológica.

459 **22 - Com relação aos métodos utilizados na pesquisa de opinião pública, considere as seguintes afirmativas:**

- 460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
1. **Os métodos quantitativos consideram a interpretação do sistema social a partir da soma dos dados obtidos com a coleta de informações de um sistema cultural, que é o resultado do sistema de personalidade (indivíduos) e do sistema social (grupo).**
 2. **O método qualitativo de coleta de dados propõe uma diminuição nos desvios oriundos da objetividade excessiva dos métodos convencionais, entendendo o indivíduo como parte ativa no processo de investigação e permitindo que o pesquisado interfira com maior profundidade nas respostas.**
 3. **O método qualitativo busca a generalização dos dados para toda uma população, sendo, portanto, mais utilizado em pesquisas de opinião pública.**

470 **Assinale a alternativa correta.**

- 471
472
473
474
475
476
477
- a) As afirmativas 1, 2 e 3 são verdadeiras.
 - *b) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
 - c) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
 - d) Somente a afirmativa 2 é verdadeira.
 - e) Somente a afirmativa 1 é verdadeira.

478 **23 - Acerca da lógica da escala de iconicidade, proposta por Villefane (*Introducción a la Teoría de la Imagen*. Madrid: Pirâmide, 1988), na qual tem-se 1 representando a imagem natural e 11 a imagem não-figurativa, que números representariam, respectivamente, um modelo tridimensional à escala, uma fotografia colorida e os sinais arbitrários?**

- 480
481
482
483
484
485
486
487
- a) 6 – 5 – 4.
 - *b) 2 – 4 – 10.
 - c) 10 – 3 – 4.
 - d) 1 – 8 – 7.
 - e) 5 – 4 – 3.

488 **24 -** “Não se trata mais da consideração exclusiva das tecnologias eletrônicas e informáticas, mas da avaliação do impacto social
489 da era tecnológica, de seu potencial de ruptura e do processo, já em andamento, de redimensionamento da cultura, da
490 política e da economia: a compreensão da tecnologia como portadora de uma visão de mundo, instalando um modo de vida
491 *sui generis*, influenciando em padrões de comportamento, na tomada de decisões e na produção do saber. Trata-se da crítica,
492 enfim, da razão tecnológica.” (TRIVINHO, E. *Epistemologia em ruínas: a implosão da Teoria da Comunicação na experiência do*
493 *ciberespaço*. Rio de Janeiro, Quartet, 2001.)

494
495 **As tecnologias revolucionaram, profundamente, nossa sociedade, mas a amplitude e a natureza dos seus efeitos são**
496 **temas muito controversos. Autores como Trivinho e Pierre Lèvy enxergam uma mudança radical e benéfica, a**
497 **tecnologia como um novo e superior estágio da humanidade. No entanto, é possível questionar diversos princípios**
498 **que fundamentam essa visão. Assinale a alternativa que apresenta um argumento válido contra a posição de**
499 **Trivinho.**

- 500
501 a) A tecnologia, fruto da razão tecnológica, não pode fundar nenhum modo de vida *sui generis*, posto que nenhuma ruptura
502 pode nascer do seio de uma sociedade, mas apenas como resultado de fatores externos, de elementos *outsiders*.
503 b) Uma nova fase cultural e tecnológica não pode ser uma ruptura: é apenas a reorganização da sociedade em outros
504 termos, em outras bases, mantendo a lógica que a regula.
505 c) A tecnologia não redimensiona a política, a economia e a cultura; estas têm vida autônoma, se constituem em campo
506 diferenciado da técnica.
507 d) O modo de vida que a tecnologia instaura enclausura as pessoas, leva-as a um mundo irreal. Não pode, portanto, ser
508 considerado uma nova visão de mundo.
509 *e) A tecnologia não pode portar nenhuma visão de mundo, posto que um aparato tecnológico só se define em função da
510 apropriação que a sociedade faz dele.

511
512 **25 - Margarida Kunsch (Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev., atual. e ampl. São**
513 **Paulo: Summus, 2003) indica etapas básicas para a realização de um planejamento de comunicação,**
514 **independentemente da área ou situação aplicada. Segundo a autora, numere em ordem crescente as 11 fases de um**
515 **planejamento de comunicação.**

- 516
517 () Levantamento de informações.
518 () Determinação de objetivos e metas.
519 () Adoção de estratégias.
520 () Análise dos dados e construção de um diagnóstico.
521 () Estabelecimento de ações necessárias.
522 () Definição de recursos a serem alocados.
523 () Identificação da realidade situacional.
524 () Avaliação dos resultados.
525 () Fixação de técnicas de controle.
526 () Identificação dos públicos envolvidos.
527 () Implantação do planejamento.

528
529 **Assinale a alternativa que apresenta a seqüência correta, de cima para baixo.**

- 530
531 a) 1 – 2 – 3 – 6 – 4 – 5 – 9 – 10 – 8 – 7 – 11.
532 b) 1 – 3 – 6 – 2 – 7 – 8 – 4 – 11 – 10 – 5 – 9.
533 c) 2 – 1 – 7 – 4 – 9 – 6 – 3 – 11 – 8 – 5 – 10.
534 *d) 2 – 5 – 6 – 3 – 7 – 8 – 1 – 11 – 9 – 4 – 10.
535 e) 3 – 1 – 7 – 4 – 8 – 6 – 2 – 9 – 10 – 5 – 11.

536
537 **26 - Sidneia Gomes Freitas (apud Kunsch. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev.,**
538 **atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003) tem a seguinte posição a respeito das relações públicas nas organizações:**
539 **“Relações Públicas é uma importante especialização da comunicação social, pois define, no plano estratégico das**
540 **organizações, a política de negócios. Entende que a imagem e o conceito da organização dependem primeiramente de seus**
541 **empregados, pois a aplicação de verbas publicitárias pode redundar em perda de investimentos se o público interno**
542 **dissemina informações negativas e tem atividades erradas perante o público externo”.**

543
544 **Com base nessa referência, assinale a alternativa correta.**

- 545
546 a) O planejamento adequado das ações pode contribuir para agregar valor aos objetivos comerciais da organização.
547 b) As relações públicas desenvolvem programas puramente institucionais.
548 c) As relações públicas deveriam apoiar somente o marketing comercial.
549 d) As relações públicas não têm programas para a área de recursos humanos da organização.
550 *e) Os programas de relações públicas podem apoiar as áreas de marketing e recursos humanos simultaneamente.

551
552 **27 - Kunsch (Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus,**
553 **2003) afirma: “Vivemos hoje em uma conjuntura de verdadeira revolução da sociedade, da comunicação e da mídia, nessa**
554 **nação-mundo que vai se formando. Novas posturas estão sendo exigidas de todos os envolvidos”.**

555
556 **No tocante à responsabilidade social empresarial, os profissionais de comunicação devem pautar-se, mais do que**
557 **nunca, em que tipos de conduta?**

- 558
559 a) Filosófica, política e econômica.
560 b) De investimento, de doações e de voluntariado.
561 *c) Estratégica, ética e de responsabilidade.
562 d) De conhecimento, de adequação e de sinergia.
563 e) De oportunismo, de preparação e de assistencialismo.

564

565 **28 - Denis de Moraes argumenta que a internet é um espaço novo de intervenção das organizações sociais. Diz ele: “A**
 566 **Internet veio dinamizar esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública, graças à singularidade de**
 567 **disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos**
 568 **e idiossincrasias.”** (<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.pdf>, consultado em 3 de fevereiro de 2007).

569

570 **Tomando como verdadeira a afirmação de Moraes, considere as afirmativas abaixo:**

571

- 572 **1. A Internet, como espaço de intervenção comunicativa, se assemelha aos demais meios de comunicação, por**
 573 **patrocinar uma esfera pública de debates “sem hierarquias de juízos”.**
- 574 **2. Apenas os movimentos ligados a causas sociais podem explorar, eficazmente, a Internet como meio de**
 575 **divulgação, pois não dependem da credibilidade dos meios, que atuam como filtros e legitimadores de**
 576 **informações.**
- 577 **3. A característica da Internet, como espaço livre, tem origem na sua condição tecnológica, em que um computador**
 578 **atua tanto como receptor quanto como emissor de mensagens.**
- 579 **4. O fato de não ter limitações de espaço permite que qualquer conteúdo seja disponibilizado na Internet, mas, ao**
 580 **mesmo tempo, produz dispersão.**

581

582 **Assinale a alternativa correta.**

583

- 584 a) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- 585 b) Somente as afirmativas 2 e 3 são verdadeiras.
- 586 *c) Somente as afirmativas 3 e 4 são verdadeiras.
- 587 d) Somente as afirmativas 1 e 3 são verdadeiras.
- 588 e) Somente as afirmativas 2 e 4 são verdadeiras.

589

590 **29 - Walter Poyares (*Imagem pública: glória para uns, ruína para outros*. São Paulo: Globo, 1998), no capítulo “A imagem**
 591 **e seus mecanismos”, expressa o seguinte comentário: “Ora, o que importa na comunicação, do ponto de vista de sua**
 592 **eficácia, não é bem o que é dito ou emitido, mas o que é percebido. Em certa extensão, cada um ouve ou percebe a *seu***
 593 ***modo*, de acordo com suas predisposições psíquicas e morais, seus conhecimentos da linguagem e segundo o ambiente em**
 594 **que se encontra”. Nesse mesmo contexto, o autor indica três mecanismos que fazem parte do esquema de ação do**
 595 **que se convencionou chamar de *construção da imagem*, utilizados pela Comunicação e pelas Relações Públicas ao**
 596 **operarem na macrocomunidade, para efeito de motivação e aceleração de atitudes dos membros participantes.**
 597 **Acerca disso, considere os seguintes itens:**

598

- 599 **1. A opinião**
- 600 **2. O símbolo**
- 601 **3. O conceito**
- 602 **4. O estereótipo**
- 603 **5. A personificação**

604

605 **Quais são os mecanismos apontados por W. Poyares?**

606

- 607 a) 1, 3 e 5 apenas.
- 608 b) 1, 2 e 3 apenas.
- 609 *c) 2, 4 e 5 apenas.
- 610 d) 2, 3 e 4 apenas.
- 611 e) 3, 4 e 5 apenas.

612

613 **30 - Em relação ao tema *construção da imagem*, considere as seguintes afirmativas:**

614

- 615 **1. A imagem de uma pessoa ou organização é um produto da imaginação de quem pensa sobre ela.**
- 616 **2. A atividade de assessoria de imprensa também deve ser utilizada para fortalecer a imagem e as ações de**
 617 **comunicação de uma organização.**
- 618 **3. A Resolução Normativa 43/02, publicada pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, define a**
 619 **auditoria ou pesquisa de imagem como técnica que objetiva identificar as características institucionais,**
 620 **administrativas, políticas e de procedimentos, que, consolidadas, permite que seja formulada a definição sobre**
 621 **a organização.**
- 622 **4. A Resolução Normativa 43/02, publicada pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, define a**
 623 **Comunicação Institucional como aquela criada exclusivamente para formar imagem positiva em torno de uma**
 624 **organização, empresa, pessoa, ou, ainda, em torno de algo ou alguma coisa.**
- 625 **5. Imagem corporativa e identidade corporativa são sinônimas, sendo ambas passíveis de modificação de acordo**
 626 **com as ações da organização.**

627

628 **Assinale a alternativa correta.**

629

- 630 a) Somente as afirmativas 1 e 2 são verdadeiras.
- 631 *b) Somente as afirmativas 1, 2 e 4 são verdadeiras.
- 632 c) Somente as afirmativas 3 e 4 são verdadeiras.
- 633 d) Somente as afirmativas 2, 4 e 5 são verdadeiras.
- 634 e) As afirmativas 1, 2, 3, 4 e 5 são verdadeiras.

635

INGLÊS

636
637

1 Plato may have been wiser than he knew when he said, "Nothing more excellent or valuable than wine was ever granted by the
2 Gods to man". Those of us who have come to enjoy the variety and tastes that wine have to offer can now look to red wines for
3 greater health benefits. Recent studies show that drinking one glass of red wine every day may have certain health benefits.
4 Research indicates that moderate red wine consumption may help protect against certain cancers and heart disease, and can have
5 a positive effect on cholesterol levels and blood pressure.

6 The French seem to know something about the health benefits of red wine. In a study that compared French and German red
7 wines, the French red wines delivered a greater health benefit due to their higher level of antioxidants. This may partially account
8 for the "French paradox", where studies show that in areas of France where the diet is high in fat those who drink red wine with
9 meals have a lower incidence of heart attack than other parts of the world. Due to vast differences in diets, the evidence is
10 inconclusive, but experts believe that red wine contains certain compounds that help protect the heart. This has opened the door for
11 other researchers to study the components in red wine that may be responsible for its health benefits.

12 The key to reaping the health benefits of red wine seems to be moderate consumption. Drinking one glass a day for women and
13 up to two glasses a day for men may decrease the risk of heart disease, cancer and stroke. Excessive drinking, however, doesn't
14 produce the same benefits. In other words, when it comes to red wine: more is not better.

15 The compounds found in red wine that are responsible for its healing powers are antioxidants. Red wines contain several
16 antioxidants beneficial to good health. Different antioxidants have different functions, but the key feature of all these antioxidants
17 appears to be one of protection and prevention of disease.

(http://www.red-wine-and-health.com/)

18
19
20 **31 - The main idea of the text is to show:**

- 21
22 a) that French and German wines are different.
23 b) the amount of red wine one should drink daily with meals.
24 c) how immoderate drinking lessens the risk of heart disease.
25 *d) the benefits of consuming red wine daily.
26 e) the areas in France where one may find good red wines.

27
28 **32 - It is possible to infer from the text that:**

- 29
30 **1. a reasonable intake of red wine tends to keep people healthy.**
31 **2. there are lots of benefits to those who drink more than two glasses of wine a day.**
32 **3 the antioxidants found in red wines may help prevent some diseases.**
33 **4. the antioxidants found in some red wines are responsible for the increase of some illnesses.**
34 **5. men and women can drink as much red wine as they please to avoid some diseases.**

35
36 **Based on the statements above, choose the correct alternative.**

- 37
38 a) Only 3 and 5.
39 b) Only 1, 2 and 4.
40 *c) Only 1 and 3.
41 d) Only 4 and 5.
42 e) Only 2, 4 and 5.

43
44 **33 - What information is NOT in the text?**

- 45
46 a) The amount of red wine women should drink.
47 *b) The kinds of antioxidants found in red wine.
48 c) The reason why French red wines are better than German ones.
49 d) Plato's statement exalting wine.
50 e) The benefits of moderate red wine intake.

51
52 **34 - According to the text:**

- 53
54 a) Men and women should drink the same amount of red wine to have some health benefits.
55 *b) Brain damage may be prevented by drinking a moderate amount of red wine.
56 c) Red wine abstinence might protect against all diseases.
57 d) The Germans have a tendency to drink more red wine than the French.
58 e) It has been known for many years that people might benefit from a specific compound found in red wine.

59
60 **35 - In the text, the phrase "French paradox" (line 8) refers to:**

- 61
62 *a) a lower incidence of heart attacks when high fat diets are combined with red wine consumption.
63 b) some international studies in which researchers combine strict diet and large quantities of red wine.
64 c) the conclusion that the more French people drink red wine the thinner they become.
65 d) the fact that French people's consumption of red wine contradicts their being thin.
66 e) the high incidence of heart attacks in France in spite of the health benefits of red wine.

67
68

ESPAÑHOL

Un juglar que enseña literatura

69

70

71

72

1 ¿Cómo tienen que ingeniárselas los profesores de lengua para que sus clases entusiasmen a sus alumnos? ¿Puede ser la clase
2 de literatura algo divertido? El profesor de secundaria y cantautor Emiliano Valdeolivas ha encontrado una fórmula magistral que
3 resuelve ambas cuestiones: poner música a los poemas. “Durante una hora interpreto ante los alumnos de secundaria y
4 bachillerato los poemas que estudian en clase”, concreta. Y este recorrido lo hace de una forma bien sencilla: cantando, sólo
5 acompañado por los acordes de su guitarra.

6 Esta propuesta dura algo más de una hora. Y en ella se propone un paseo cronológico por la literatura castellana.

7 De entrada, este programa puede resultar un tanto denso. Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo. De este
8 modo, su público, alumnos de secundaria y bachillerato – que prefieren el pop a la lírica medieval –, quedan enganchados
9 escuchando poesía. La música amansa a las fieras, dice el refranero popular. Y Emiliano logra cumplirlo e incluso consigue que
10 muchos chavales disfruten con la poesía, algo que para muchos padres y docentes parece imposible.

11

12

13

14

(www.elpais.com.es)

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

36 - Considere las siguientes afirmaciones sobre Emiliano Valdeolivas.

1. Imparte clases de lengua y literatura española para alumnos de distintas universidades.
2. Cree que es posible hacer con que clases de literatura no sean aburridas.
3. Crea distintos poemas para alegrar sus clases de lengua española.
4. A parte de profesor es también cantante y creador de canciones.
5. Pone música a los poemas que sus alumnos estudian en clase.

Según el texto, son correctas las afirmaciones:

- a) 1 y 2 solamente.
- b) 1 y 3 solamente.
- c) 2 y 5 solamente.
- *d) 2, 4 y 5 solamente.
- e) 3, 4 y 5 solamente.

37 - La frase “Y este recorrido lo hace de una forma bien sencilla...” (línea 4) se refiere a:

- a) las clases las imparte con la ayuda de los amigos de los chavales.
- b) el itinerario del profesor es muy fácil.
- c) el recorrido en clase dura algo más de una hora.
- *d) los poemas los ejecuta con llaneza.
- e) la literatura castellana la registra con cariño.

38 - De entrada este programa puede resultar un tanto denso. Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo.

Las dos frases han sido retiradas del texto. Considere las mismas frases ahora reunidas.

1. Aunque de entrada este programa puede resultar un tanto denso, Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo.
2. De entrada este programa puede resultar un tanto denso, sin embargo Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo.
3. De entrada este programa puede resultar un tanto denso, siempre que Emiliano, con mucho sentido del humor, logre romper el hielo.
4. De entrada este programa puede resultar un tanto denso, pero Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo.
5. De entrada este programa puede resultar un tanto denso es decir, Emiliano, con mucho sentido del humor, logra romper el hielo.

Son correctas las frases:

- a) 1, 2 y 3 solamente.
- b) 1, 4 y 5 solamente.
- c) 2, 3 y 4 solamente.
- *d) 1, 2 y 4 solamente.
- e) 3, 4 y 5 solamente.

39 - En la frase “Y Emiliano logra cumplirlo...” (línea 9), el pronombre subrayado se refiere al hecho de que el profesor logra cumplir:

- *a) que los alumnos se relajen en clase.
- b) que los jóvenes se aburran en clase.
- c) que la música baje el estrés de otros docentes.
- d) que las fieras bromeen con sus alumnos.
- e) que los chicos se fastidien con el profesor.

70 **40 - Según el texto, es correcto afirmar:**

- 71
72 a) Para muchos jóvenes las clases de E. Valdeolivas son como una pesadilla.
73 b) E. Valdeolivas canta los clásicos pero excluye otros periodos literarios más contemporaneos.
74 *c) En las clases de E. Valdeolivas, los adolescentes se hacen adictos a la poesía por la manera que tiene el profesor de
75 enseñarla.
76 d) A los padres de los alumnos de E. Valdeolivas les parece inadecuada la manera que el profesor conduce sus clases.
77 e) El profesor entusiasma a sus alumnos puesto que compone, durante las clases, canciones que hacen parte del refranero
78 popular.

79

80

81

DISCURSIVA

82 **O Verde nas margens do lago**

83 Desde a fase de projetos, a Itaipu Binacional sempre teve uma preocupação especial com o meio ambiente. Para garantir a
84 qualidade da água do reservatório e também para preservar a fauna e a flora da região, Itaipu manteve toda a floresta nativa
85 existente e reflorestou as áreas que encontrou já devastadas pela prática agrícola. Nada menos que 20 milhões de mudas de
86 árvores foram plantadas na faixa de proteção do reservatório.

87 Em Itaipu, os cuidados com o meio ambiente começam "em casa". A empresa adota medidas para reaproveitar e reciclar
88 materiais, promove a educação ambiental de adultos e crianças em toda a área de abrangência do reservatório e mantém refúgios
89 biológicos para preservar a flora nativa e permitir um futuro repovoamento das matas com a fauna da região. Além disso, incentiva
90 práticas ecologicamente corretas na agricultura, na pesca e até nas atividades de lazer e dá uma ênfase especial à prevenção da
91 saúde dos moradores vizinhos ao Lago de Itaipu.

92

93 **Cuidados com a água**

94 Em 2003, com a inclusão da Responsabilidade Social e Ambiental na sua missão, a Itaipu deu um enfoque especial ao
95 reservatório de Itaipu, com a incorporação do ambiente pluvial, representado pelos rios e suas respectivas bacias hidrográficas,
96 através de um megaprograma denominado Cultivando Água Boa.

97 A atuação de Itaipu, antes limitada à região limdeira ao seu reservatório, passou a considerar toda a bacia hidrográfica (Bacia do
98 Paraná III), uma área que abrange o território de 29 municípios. O trabalho socioambiental tem o apoio de aproximadamente 1.247
99 parceiros (prefeituras, ONG, órgãos do governos federal e estadual, cooperativas, associações, assentamentos, etc.), distribuídos
100 nos diversos comitês de microbacias.

101 Os cuidados com os usos múltiplos da água foram ampliados, indo além da geração de energia para contribuir com a qualidade de
102 vida da região. Para isso, considera-se:

103 - a sustentabilidade dos pontos de captação de água para consumo humano, em Foz do Iguaçu e Santa Terezinha de Itaipu;

104 - a balneabilidade das praias artificiais;

105 - as bases náuticas, que integram o complexo turístico nos municípios limdeiros;

106 - os corredores de dessedentação para o gado criado pelos proprietários rurais limdeiros;

107 - os pontos de captação de água para irrigação de culturas agrícolas;

108 - as áreas de apoio às atividades de pesca profissional, que são os Pontos de Pesca, que servem a cerca de 800 pescadores
109 artesanais, sustentados por esta atividade; a perspectiva de atender as determinações do Governo Federal e gerar proteína
110 animal para integrar aos programas de erradicação da fome no País a partir da piscicultura em tanques-rede.

111

112 **Corredor de Biodiversidade do Rio Paraná**

113 O Corredor de Biodiversidade do Rio Paraná tem como objetivo principal permitir a dispersão dos genes de flora e fauna através
114 do estabelecimento de interconexões entre as áreas naturais que ainda existem no Oeste do Paraná.

115 A destruição das florestas originais da região provocou uma fragmentação das áreas naturais, hoje compostas pelas unidades de
116 conservação governamentais e privadas, além de alguns remanescentes isolados em propriedades rurais. Criou-se, portanto, um
117 "efeito ilha", que dificulta o fluxo genético da flora e da fauna residentes. Esta situação, por sua vez, contribui para a baixa
118 variabilidade genética, podendo resultar em populações inviáveis, podendo resultar na extinção de espécies.

119 O Corredor abrange unidades de conservação não apenas em território brasileiro, como também áreas no Paraguai – Museu
120 Bertoni – e na Argentina – Parque Nacional del Iguazú e outras unidades de conservação da Provincia de Misiones.

121

(<http://www.itaipu.gov.br/>)

122

123 **Numa situação hipotética, a Itaipu é objeto de uma matéria sobre biodiversidade em um jornal local. No texto, a empresa é**
124 **responsabilizada por ter reduzido a biodiversidade da região, tendo seu compromisso com o meio ambiente seriamente**
125 **questionado. Usando de 12 a 15 linhas, escreva um texto institucional, a ser divulgado publicamente, defendendo a**
126 **empresa da crítica e reafirmando, com informações retiradas dos textos acima, o compromisso ambiental de Itaipu.**

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

Limite mínimo