

FUNDAÇÃO PARQUE TECNOLÓGICO ITAIPU-BRASIL

**PROCESSO SELETIVO
Nº 01/2022**



FPTI

Fundação Parque
Tecnológico Itaipu

**ANALISTA JR – EVENTOS E
RELAÇÕES PÚBLICAS**

Tarde

Tipo 1 - BRANCA

Organizadora:



INSTITUTO
CONSULPLAN

CARGO: ANALISTA JR – EVENTOS E RELAÇÕES PÚBLICAS

CONHECIMENTOS COMUNS

LÍNGUA PORTUGUESA

Soluções para a sociedade

O conceito de inovação é amplo e pode ser visto sob diferentes aspectos. Inovar é introduzir novidades ou mudanças em algo, transformando uma ideia em solução com criatividade.

Sob o ponto de vista empresarial ou industrial, uma das melhores definições de inovação foi dada pelo escritor e professor austríaco *Peter Drucker*, um dos maiores pensadores sobre os efeitos da globalização na economia e nas organizações. Segundo ele, inovar é simplesmente a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza.

Numa visão mais aplicada, o superintendente de Inovação do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Jefferson Gomes, considera que as grandes inovações que surgiram e continuam surgindo no mundo são resultado da luta do ser humano contra três problemas: a fome, as pestes [doenças] e a falta de segurança. A partir daí nasceram a biotecnologia, a inteligência artificial, a bionanotecnologia e muitas outras inovações relacionadas às necessidades da sociedade atual, que naturalmente exige mais mudanças no mundo. [...]

Especialistas acreditam que, nos próximos anos, inteligência artificial, Big Data e 5G impulsionarão, de vez, a *Internet das Coisas*, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes. Entretanto, com isso, surgem outras preocupações, como a necessidade de regulamentar globalmente a proteção de dados e promover tecnologias mais sustentáveis para o planeta.

(Disponível em:

<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/inovacao-e-tecnologia/a-inovacao-nossa-de-cada-dia/>. Adaptado. Acesso em: 11/10/2021.)

Questão 01

Pode-se inferir do texto que:

- A) A fome, as pestes e a falta de segurança são questões de fundamental importância para que as inovações continuem surgindo em nossa sociedade.
- B) A generalidade atribuída à caracterização do conceito de inovação no texto constitui um fator que minimiza sua real importância na sociedade contemporânea.
- C) Inovação é uma prática que está diretamente relacionada tão somente ao novo na busca de soluções que tenham como objetivo sanar as necessidades da sociedade coletivamente.
- D) Diante da aceleração da tecnologia na busca de soluções há questões que se levantam no intuito de resguardar a sociedade diante da possibilidade do surgimento de necessidades advindas de tais soluções.

Questão 02

Considerando as ferramentas de coesão textual utilizadas, indique a afirmativa correta.

- A) A forma nominal “*ele*” (2º§) refere-se ao professor austríaco *Peter Drucker*.
- B) No último parágrafo, a forma pronominal “*isso*” antecipa as informações que serão acrescentadas.
- C) As três ocorrências do pronome “*que*” no 3º§ são empregadas com o objetivo de referenciar termo antecedente.
- D) No 2º§ do texto, em “*que gere riqueza*” o pronome empregado retoma a informação introduzida além de exercer a função de sujeito da oração.

Questão 03

A correção do texto assim como o seu sentido original seriam preservados caso o trecho “*Especialistas acreditam que, nos próximos anos, inteligência artificial, Big Data e 5G impulsionarão, de vez, a Internet das Coisas, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes.*” (4º§) apresentasse a seguinte reescrita:

- A) Nos próximos anos, especialistas acreditam que inteligência artificial, Big Data e 5G darão o necessário impulso a *Internet das Coisas*, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes.
- B) Especialistas acreditam: nos próximos anos, inteligência artificial, Big Data e 5G serão impulsionados de vez, assim como a *Internet das Coisas*, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes.
- C) Sabe-se que especialistas acreditam no impulsionamento da inteligência artificial, Big Data e 5G de vez nos próximos anos, a *Internet das Coisas*, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes.
- D) Nos próximos anos, inteligência artificial, Big Data e 5G impulsionarão, definitivamente, a *Internet das Coisas*, seja em nossos lares, em hospitais ou em cidades inteligentes; é o que afirmam acreditar especialistas.

Questão 04

No 3º§ do texto apresentado, o autor utiliza um recurso da argumentação que tem como objetivo:

- A) Validar a tese defendida.
- B) Enfatizar um nome em particular.
- C) Relacionar inovação e necessidade.
- D) Ressaltar os problemas da humanidade.

Questão 05

Considerando os trechos destacados, assinale aquele em que a forma verbal empregada NÃO apresenta transitividade verbal como nos demais.

- A) “[...] em um recurso que gere riqueza.” (2º§)
- B) “que naturalmente exige mais mudanças no mundo. [...]” (3º§)
- C) “Inovar é introduzir novidades ou mudanças em algo, [...]” (1º§)
- D) “Jefferson Gomes, considera que as grandes inovações [...]” (3º§)

Questão 06

Analisando o período a seguir: *“O conceito de inovação é amplo e pode ser visto sob diferentes aspectos.”* (1º§), pode-se afirmar que:

- I. As duas orações são sintaticamente independentes.
- II. A relação semântica expressa é a aditiva; sendo a segunda, uma ideia subsidiária.
- III. O conector “e” marca o tipo de relação semântica expressa entre os conteúdos das orações.
- IV. As orações que constituem o período em análise estão ligadas por conector chamado conjunção coordenativa.

Está correto o que se afirma apenas em

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

Questão 07

O emprego do acento indicativo de crase em “[...] muitas outras inovações relacionadas às necessidades da sociedade atual, [...]” (3º§):

- A) É facultativo já que o substantivo “necessidades” foi empregado de modo indeterminado.
- B) É facultativo no caso do emprego do artigo “a” antecedendo a expressão “necessidade(s) de”.
- C) É obrigatório, já que o termo regente exige o emprego da preposição que se associa ao artigo definido que antecede “necessidades”.
- D) É obrigatório, devido à fusão da preposição que segue a forma verbal com o artigo definido feminino que precede o termo “necessidades”.

Questão 08

“Sob o ponto de vista empresarial ou industrial, uma das melhores definições de inovação foi dada pelo escritor e professor austríaco Peter Drucker, [...]” (2º§), o modo como o fato expresso pelo verbo foi representado no trecho anterior é o mesmo visto em:

- A) Encheram-se de pavor perante o ocorrido.
- B) Chegaremos no horário marcado como de costume.
- C) Alugamos casas e apartamentos: ótimas oportunidades!
- D) Diante da palavra dita, aqueles homens foram tocados pela fé.

Questão 09

O emprego das formas verbais “surgiram” e “continuam” em “[...] as grandes inovações que surgiram e continuam surgindo [...]” (3º§) justifica-se de acordo com a afirmativa:

- A) Indicam a indeterminação do sujeito da oração aplicando, assim, a 3ª pessoa do plural.
- B) Tal emprego caracteriza a generalização do surgimento das grandes inovações da sociedade.
- C) As formas verbais citadas têm sua concordância estabelecida com a característica indicada “grandes”.
- D) O agente da ação foi empregado no plural, devendo os verbos serem empregados na mesma pessoa e número.

Questão 10

“Sob o ponto de vista empresarial ou industrial, uma das melhores definições de inovação foi dada pelo escritor e professor austríaco Peter Drucker, um dos maiores pensadores sobre os efeitos da globalização na economia e nas organizações.” (2º§) Acerca do emprego da pontuação no trecho destacado anteriormente, assinale a afirmativa correta.

- A) A primeira vírgula empregada no trecho destacado justifica-se por separar orações coordenadas e é obrigatória.
- B) As vírgulas empregadas no trecho destacado podem ser substituídas por travessões ou parênteses mantendo-se as regras de pontuação.
- C) A vírgula após a expressão “professor austríaco Peter Drucker” é facultativa e foi empregada com o propósito de retificar informações acerca do professor citado.
- D) Ao ser deslocada para a posição entre “austríaco” e “Peter Drucker”, a expressão “um dos maiores pensadores sobre os efeitos da globalização na economia e nas organizações” deverá continuar separada por vírgulas.

RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO

Questão 11

A secretaria do meio ambiente de uma determinada cidade possui cinco ambientalistas: Adriano, Betina, Cássia, Diogo e Elaine. Para analisarem a implementação de um novo projeto, os cinco profissionais marcaram uma reunião na prefeitura e cada um deles chegou em um horário diferente. Sabe-se que:

- Adriano não foi a primeira pessoa a chegar;
- Betina não foi a última pessoa a chegar; e,
- quando Cássia chegou, Adriano e Diogo já estavam presentes na reunião, mas Betina não tinha chegado ainda.

Considere as seguintes afirmativas:

- I. Adriano foi a segunda pessoa a chegar na reunião.
- II. Elaine chegou antes de Betina na reunião.
- III. Cássia foi a quarta pessoa a chegar na reunião.

Está correto o que se afirma em

- A) I, II e III.
- B) I, apenas.
- C) I e II, apenas.
- D) II e III, apenas.

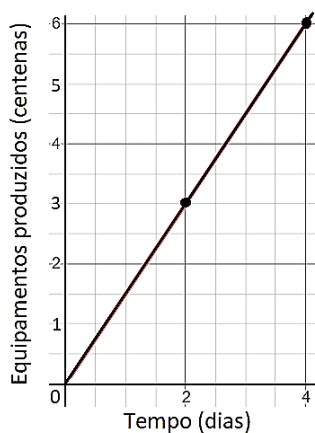
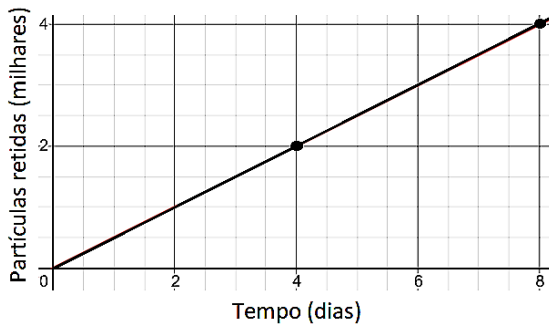
Questão 12

Manoela foi contratada para recuperar um solo fortemente acometido por uma grande queimada. Após o preparo do solo, importante para romper a camada compactada formada, Manoela fez uso de três fertilizantes (A, B e C) aplicados, respectivamente, a cada 4, 6 e 9 dias. Se no dia 10 de agosto, os três fertilizantes foram aplicados, ela voltará a aplicar simultaneamente os três fertilizantes no dia:

- A) 14 de setembro.
- B) 15 de setembro.
- C) 16 de setembro.
- D) 17 de setembro.

Questão 13

O proprietário de uma indústria de equipamentos instalou filtros de ar para diminuir os impactos ambientais gerados pelos resíduos liberados no processo de produção. Após a instalação dos filtros, o balanço obtido no último mês de produção forneceu os gráficos seguintes:



O número de equipamentos que devem ser produzidos nessa indústria para obter uma retenção de 14.000 partículas é:

- A) 42
- B) 84
- C) 4.200
- D) 8.400

Questão 14

Uma grande empresária está interessada na construção de imóveis em uma região que possui 4 bairros. Para isso, foi realizado um estudo para quantificar quantas famílias mudaram de um bairro para outro. Dessa forma, seria possível quantificar qual bairro recebeu o maior número de novas famílias. Considere a matriz A em que cada elemento a_{ij} representa o número de famílias que mudaram do bairro i para o bairro j , com $i, j \in \{1, 2, 3, 4\}$, em certo período.

$$A = \begin{bmatrix} 0 & 21 & 12 & 29 \\ 21 & 0 & 19 & 17 \\ 15 & 31 & 0 & 24 \\ 28 & 17 & 21 & 0 \end{bmatrix}$$

De acordo com a matriz A, qual bairro foi escolhido para o investimento da empresária?

- A) 1
- B) 2
- C) 3
- D) 4

Questão 15

Após um ano com intensas ações de preservação do meio ambiente, a prefeitura de uma cidade contabilizou o gasto anual. Sabe-se que no primeiro e décimo mês desse ano foram gastos, respectivamente, R\$ 125.000,00 e R\$ 116.000,00. Além disso, no mês de maio foi detectado o maior gasto do ano. A função que caracteriza esses gastos é uma parábola $y = G(x)$, onde x é o tempo em meses e $G(x)$ é dado em milhares de reais. Qual das funções relacionadas representa a parábola $G(x)$?

- A) $G(x) = x^2 - 10x + 116$
- B) $G(x) = -x^2 + 10x + 116$
- C) $G(x) = 2x^2 - 20x + 116$
- D) $G(x) = -2x^2 + 20x + 116$

Questão 16

Roberta instalou uma caixa d'água para abastecer sua residência. Sabe-se que essa caixa pode ter seu volume totalmente preenchido a partir de duas torneiras (I e II), que possuem vazões diferentes. Se somente a torneira I for aberta, a caixa estará completamente cheia em 4 horas. Por outro lado, se apenas a torneira II é utilizada, a caixa é preenchida em 6 horas. Em quanto tempo será possível preencher a caixa d'água se ambas as torneiras forem abertas simultaneamente?

- A) 1,2 hora.
- B) 2 horas.
- C) 2,4 horas.
- D) 3,6 horas.

Questão 17

Um engenheiro agrônomo foi contratado para aumentar a produtividade de alimentos em determinada região. Ao estudar a temperatura C medida em graus Celsius em função do tempo t dado em horas, notou que a relação entre essas variáveis é representada pela função $C(t) = A + B \cos(t)$, em que A e B são números reais. Sabendo-se que a menor e a maior temperaturas observadas foram, respectivamente, 14° C e 34° C, a expressão correta para $C(t)$ é:

- A) $C(t) = 24 + 10 \cos(t)$
- B) $C(t) = 10 + 24 \cos(t)$
- C) $C(t) = 14 + 34 \cos(t)$
- D) $C(t) = 34 + 14 \cos(t)$

Questão 18

Após o desmatamento criminoso de uma floresta, 6 espécies diferentes de aves foram socorridas e serão abrigadas em um refúgio biológico para receberem os cuidados veterinários necessários. No deslocamento até esse refúgio, todos os 6 animais foram organizados em uma fila. Dentre as espécies, há um gavião, um tucano e uma arara que precisam estar alocados nas três primeiras posições, mas não necessariamente nessa ordem. De quantas maneiras as aves podem ser posicionadas atendendo a essa restrição?

- A) 6
- B) 18
- C) 24
- D) 36

Questão 19

Ao colocar uma placa na rua pedindo que as pessoas não joguem lixo em sua propriedade, o proprietário de um grande terreno baldio tem notado menos transtornos quando visita o local. Sabendo que a probabilidade de uma pessoa notar uma placa de aviso é $\frac{1}{2}$, qual o número mínimo de placas que devem ser adicionadas na rua para que a probabilidade de uma pessoa perceber pelo menos uma das placas instaladas seja superior a $\frac{99}{100}$?

- A) 5
- B) 6
- C) 7
- D) 8

Questão 20

Os gestores de determinadas empresas foram questionados se seus locais de trabalho praticam três ações simples de sustentabilidade:

- I. instalação de um sistema de reciclagem de resíduos;
- II. desligamento de tudo que não está sendo utilizado na empresa; e,
- III. substituição de aparelhos antigos.

Após a entrevista com os gestores, foram obtidos os seguintes resultados:

Ações praticadas	Gestores
I	150
II	120
III	100
I e II	45
II e III	25
I e III	36
I, II e III	20
Nenhuma	60

Nesse contexto, quantos gestores foram entrevistados?

- A) 284
- B) 344
- C) 428
- D) 556

CONHECIMENTOS GERAIS

Questão 21



(Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-09-07/black-lives-matter-o-rumo-incerto-do-grande-movimento-antirracista.htm>.)

O movimento *Black Lives Matter* (Vidas Negras Importam), nascido nos EUA, durante o século XXI, denota mais um momento da história norte-americana no tocante à questão das minorias sociais. Por séculos, vários protagonistas tornaram-se vozes de liderança e mobilização por distintas causas que visavam, como consequência maior, ao fim da segregação e à busca por uma sociedade equitativa. Dos personagens apresentados a seguir, qual está vinculado à causa descrita, porém, não ligado diretamente à história estadunidense?

- A) Rosa Parks.
- B) Nina Simone.
- C) Desmond Tutu.
- D) Martin Luther King.

Questão 22

Eu entrei no governo com um objetivo: transformar o país, de uma sociedade dependente em uma sociedade autoconfiante, de uma nação dê-para-mim em uma nação faça-você-mesmo.

(Margaret Thatcher, ex-primeira-ministra da Grã-Bretanha. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Vida/noticia/2013/04/8-frases-memoraveis-de-margaret-thatcher.html>.)

O nome de *Margaret Thatcher*, a “Dama de Ferro”, tornou-se sinônimo das intensas mudanças vividas na Europa e, por extensão, no mundo durante os anos 80/90, do século XX. Considerando a citação evidenciada, o modelo político de Estado criticado e defendido, respectivamente, são:

- A) Marxista / Industrialista.
- B) Socialismo / Liberalismo.
- C) Comunismo / Mercantilismo.
- D) Bem-Estar Social / Neoliberalismo.

Questão 23

O dramaturgo alemão *Bertolt Brecht*, no epílogo da peça ‘A resistível ascensão de Arturo Ui’, afirmava: ‘ainda está fecundo e procriando o ventre de onde isso veio engatinhando’. Sua praxis é uma síntese dos experimentos teatrais de *Erwin Piscator* e *Vsevolod Emilevitch Meyerhold*, do conceito de estranhamento do jornalista russo *Viktor Chklovski*, do teatro chinês e do teatro experimental da Rússia soviética, entre os anos 1917-1926. Seu trabalho como artista concentrou-se na crítica artística ao desenvolvimento das relações humanas no sistema capitalista.

(Disponível em: <http://editoraunesp.com.br/blog/a-dramaturgia-de-bertolt-brecht>. Adaptado.)

De acordo com os textos elucidados e considerando que a obra de *Brecht* é um ato de oposição aos contextos, principalmente, das décadas de 30/40 do século XX, a afirmativa no epílogo de “A resistível ascensão de Arturo Ui” faz menção ao:

- A) Nazismo.
- B) Socialismo.
- C) Liberalismo.
- D) Keynesianismo.

Questão 24

O ano de 2022 irá celebrar o bicentenário de nossa independência (07/09/1822). Assim, na segunda metade do século XX, o artista brasileiro Nei Leandro de Castro produziu o poema-cartaz a seguir:



(Disponível em: <http://cafelivroearte.blogspot.com/2013/02/a-arte-de-vanguarda.html>.)

Atentando para os elementos gráficos da obra, bem como para os processos históricos brasileiros, depreende-se que a natureza principal da crítica é:

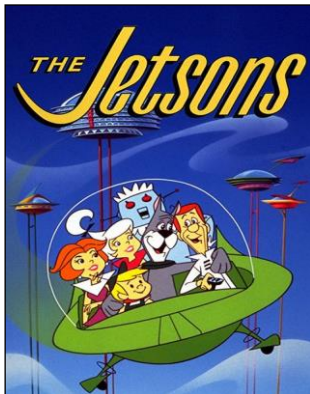
- A) Social.
- B) Política.
- C) Cultural.
- D) Econômica.

Questão 25

Lançado em 1962 e relançado com novos episódios em 1985, o clássico desenho animado ‘Os Jetsons’ mostrava como seria a vida de uma família no futuro, com tudo que as modernidades do século XXI poderiam trazer. Bem, ainda falta um tanto até chegarmos a época retratada no desenho, mas muita coisa comum na rotina dos Jetsons já virou realidade em 2020. Sabe o seu relógio inteligente? Estava lá. Esteiras rolantes em todo lugar? Também. E robô que cuida de tudo na casa? Bem, ainda não chegamos a tanto, mas os aspiradores-robô já são um adiantado.

(Disponível em:

<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/05/04/11-previsoes-que-os-jetsons-acertaram-sobre-a-tecnologia-no-seculo-21.htm>.)



(Disponível em: <https://www.adorocinema.com/series/serie-5027/foto-detalhada/?cmediafile=21509689>.)

A possibilidade de uma interação virtual que aproxime a humanidade do real, integrando todas as formas e plataformas de relacionamentos já é uma aposta das grandes empresas do setor, como o Facebook e a Microsoft. Tal interação tecnológica de mundos síncronos é conhecida como:

- A) Alfaverso.
- B) Deltaverso.
- C) Metaverso.
- D) Omicronverso.

Questão 26

Eu me lembro muito bem do dia em que eu cheguei
Jovem que desce do norte pra cidade grande
Os pés cansados e feridos de andar légua tirana...nana
(...)

Pois o que pesa no norte, pela lei da gravidade,
disso Newton já sabia! Cai no sul grande cidade
São Paulo violento, Corre o rio que me engana...nana iiiii
Copacabana, zona norte
e os cabarés da Lapa onde eu morei

(Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/belchior/fotografia-3x4.html>. Belchior. Fragmento.)

A música “Fotografia 3X4”, de Belchior, descreve de forma pontual um processo característico do desenvolvimento econômico brasileiro, intensificado, principalmente, entre as décadas de 40 e 80 do século XX. Tal processo histórico traduz:

- A) Procedimento econômico impulsionado pela crescente especulação imobiliária no Sudeste brasileiro.
- B) Demanda de mão de obra qualificada na nascente indústria nacional, canalizada no Centro-Oeste do país.
- C) Fluxo migratório movido por uma “migração de cérebros” no eixo Norte-Sul para fomentar o então progresso nacional.
- D) Busca por melhores condições de vida de uma parcela da população do Norte em direção ao eixo Sudeste-Sul do país.

Questão 27

Autorretrato na fronteira entre o México e os Estados Unidos (1932)



(Disponível em: <https://www.culturagenial.com/frida-kahlo/>.)

O autorretrato da pintora mexicana Frida Kahlo revela uma característica perdurante nos países latino-americanos ainda na contemporaneidade. Esse traço de continuidade é perceptível em:

- A) Intensas disparidades e conflitos sociais.
- B) Estagnação econômica agroexportadora.
- C) Poder concentrado dos grandes latifundiários.
- D) Fusão de elementos tradicionais e de modernidade.

Questão 28

Em 2021, Caetano Veloso lançou a música “Anjos Tronchos”, cuja letra da canção apresenta os versos abaixo:

Agora a minha história é um denso algoritmo
Que vende venda a vendedores reais
Neurônios meus ganharam novo outro ritmo
E mais e mais e mais e mais e mais
(...)

Um post vil poderá matar
Que é que pode ser salvação?
Que nuvem, se nem espaço há
Nem tempo, nem sim nem não
Sim: nem não

(Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/caetano-veloso/anjos-tronchos.html>.)

O excerto em destaque faz referência a qual aspecto das relações sociais contemporâneas?

- A) Adequação das tecnologias às demandas da realidade.
- B) Uso indiscriminado das tecnologias por todos os países.
- C) Regulação e controle das tecnologias diante das informações.
- D) Produção de tecnologias visando manter a pluralidade de pensamentos.

Questão 29

O que está por trás do ‘Baile de Favela’ apresentado por Rebeca Andrade na Olimpíada de Tóquio

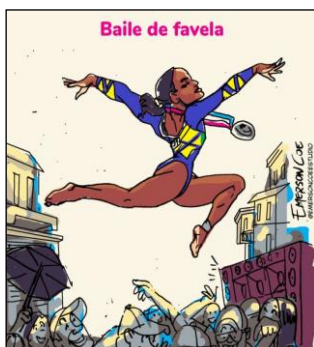
Um dos principais ritmos da periferia paulistana, o funk de MC João veio acompanhado do clássico “Tocata e Fuga”, de Johann Sebastian Bach.

Rebeca Andrade fez história nesta quinta-feira (29), ao levar “Baile de Favela” ao pódio da Olimpíada de Tóquio. A ginasta conquistou a medalha de prata na final individual geral da ginástica artística. Mas sua trajetória com o funk no solo começou em 2016, quando o coreógrafo da seleção brasileira Rhony Ferreira viu no ritmo uma oportunidade.

Um dos principais sons da periferia paulistana, o funk traz representatividade para alguns atletas como Rebeca. Mas ele não estava sozinho na composição para a apresentação da ginasta. A música de MC João veio acompanhada do clássico “Tocata e Fuga”, de Johann Sebastian Bach, um dos principais nomes na música erudita. A produção ficou a cargo do maestro Misa Jr.

(Disponível em:

https://cultura.uol.com.br/olimpiadas/noticias/2021/07/29/631_o-que-esta-por-tras-do-baile-de-favela-apresentado-por-rebeca-andrade-na-olimpiada-de-toquio.html.)



(Disponível em: <https://dol.com.br/charge-do-dia/665189/baile-de-favela-rebeca-andrade-e-prata?d=1>.)

A arte, nas suas mais distintas manifestações, historicamente, foi um instrumento de resistência cultural. A ideia proposta de associar elementos populares com eruditos e estrangeiros já havia sido preconizada pelo Modernismo brasileiro, em 1922. No panorama eferescente da cultura brasileira, qual movimento melhor traduziu tal ideário?

- A) Antropofagia.
- B) Escola da Anta.
- C) Verde-Amarelismo.
- D) Marcha contra a Guitarra Elétrica.

Questão 30

Tecendo a manhã

Um galo sozinho não tece uma manhã:
ele precisará sempre de outros galos.
De um que apanhe esse grito que ele
e o lance a outro; de um outro galo
que apanhe o grito que um galo antes
e o lance a outro; e de outros galos
que com muitos outros galos se cruzem
os fios de sol de seus gritos de galo,
para que a manhã, desde uma teia tênue,
se vá tecendo, entre todos os galos.

(João Cabral de Melo Neto. Disponível em: <https://www.escritas.org/pt/t/11508/tecendo-a-manha>.)

O poema de João Cabral de Melo Neto apresenta um expoente fundamental para as mobilizações e transformações sociais de forma atemporal. O termo que melhor traduz esse expoente é:

- A) Povo.
- B) União.
- C) Grupo.
- D) Multidão.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

CONHECIMENTOS DO CARGO E ATUAÇÃO

Questão 31

Segundo a Escola de Governo do Distrito Federal, podemos afirmar que cerimonial e protocolo regem as relações de civilidade entre as autoridades constituídas nos âmbitos jurídico, militar, eclesiástico, diplomático, universitário, privado e em todas as instâncias do poder público.

(Disponível em: <https://egov.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/03/Apostila-2.pdf>.)

São considerados desrespeitos à Bandeira Nacional, EXCETO:

- A) Apresentá-la em mau estado de conservação.
- B) Mudar a forma, a cor, as proporções ou acrescentar algum detalhe.
- C) Entregar a bandeira puída ou rasgada em uma unidade militar para ser incinerada.
- D) Usá-la em roupas, guardanapos, toalhas, revestimentos de tribuna, cobertura de placa.

Questão 32

As relações públicas são uma função de liderança e de gestão que ajudam a atingir os objetivos, definir a filosofia e facilitar a transformação da organização. Os profissionais das relações públicas se comunicam com todos os públicos internos e externos relevantes para desenvolver relações positivas e criar coerência entre as metas da organização e as expectativas da sociedade.

(LATTIMORE, Dan, et al. *Relações Públicas. Disponível em: Minha Biblioteca, 3ª Ed. Grupo A, 2012.*)

Sobre a atuação do profissional de relações públicas, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) Há quatro passos essenciais para qualquer campanha eficaz de relações públicas: pesquisa; planejamento; ação e comunicação; e, avaliação.
- B) As relações públicas têm como objeto, essencialmente, a organização e seus públicos, instâncias distintas que, no entanto, se relacionam dialeticamente.
- C) As estratégias dos profissionais de RP devem focar essencialmente o público externo – ponto crucial de alcance da grande maioria das metas institucionais.
- D) O planejamento estratégico confere organização ao processo de relações públicas; e consiste em um processo de avaliação do que se tem e aonde se quer chegar.

Questão 33

Uma filosofia empresarial restrita ao *marketing* certamente não dará conta do enfrentamento dos grandes desafios da atualidade. As organizações têm de se valer de serviços integrados nesta área, pautando-se por políticas que privilegiem o estabelecimento de canais de comunicação com os públicos a eles vinculados. A abertura das fontes e a transparência das ações serão fundamentais para que as organizações possam se relacionar com a sociedade e contribuir para a construção da cidadania na perspectiva da responsabilidade social.

(KUNSH, Margarida. *Pág. 90. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 4ª Ed. Ver., atual. E a.p. – São Paulo: Summus, 2003.*)

Neste sentido, a comunicação organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores, facilitando, por meio das Relações Públicas, os processos interativos e as mediações. Sobre as diferenciações das áreas de relações públicas e *marketing*, podemos afirmar que:

- A) O *marketing* enfatiza o lado institucional e corporativo das organizações.
- B) As funções essenciais do *marketing* nas organizações são: função administrativa; estratégica; mediadora; e, política.
- C) As relações públicas têm sua ênfase no mercado, no produto ou no serviço, bem como na satisfação do consumidor.
- D) As relações públicas desenvolvem atividades em parceria com o *marketing* e em apoio a ele, mas, na prática, elas têm funções distintas, na medida em que as preocupações das relações públicas ultrapassam os limites do mercado e dos produtos.

Questão 34

Como função política, as relações públicas lidam basicamente com as relações de poder dentro das organizações e com a administração das controvérsias, confrontações, crises e conflitos sociais que acontecem no ambiente do qual fazem parte.

(KUNSH, Margarida. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada, 4ª Ed. Ver., atual. E a.p. – São Paulo: Summus, 2003.*)

Sobre a função política das relações públicas, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) Para o desempenho da função política das relações públicas, é fundamental compreender como se processam as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo.
- B) Uma das questões fundamentais a considerar é a necessidade de um trabalho sempre corretivo em relação à crise. O planejamento como parte da gestão estratégica é dispensável por demandar muito esforço em situações possíveis mas não concretas.
- C) Cabe às relações públicas, no exercício da função política e por meio da comunicação, gerenciar problemas de relacionamentos internos e externos, surgidos ou provocados pelo comportamento de determinados públicos e/ou por certas decisões das organizações.
- D) Uma das funções políticas essenciais das relações públicas é o gerenciamento de crises, já que pressupõe negociações, estratégias de comunicação e ações concretas para encontrar soluções de problemas que as organizações possam ter no relacionamento com os públicos no ambiente social.

Questão 35

Ganhar reconhecimento global como país ou empresa que sabe receber bem seus visitantes e organizar o cerimonial e protocolo em eventos deixou de ser assunto supérfluo para se tornar fator competitivo para profissionais e empresas que se relacionam com estrangeiros e para aqueles que têm a missão de organizar eventos de qualquer porte para empresas.

(EGGER-MOELLWALD, Lícia, A. e DUNCAN Egger-Moellwald. *Etiqueta, Cerimonial e Protocolo. Disponível em: Minha Biblioteca, Cengage Learning Brasil, 2014.*)

Sobre a definição do termo cerimonial, assinale a afirmativa correta.

- A) Em resumo, é o conjunto de formas que interpreta o protocolo, a etiqueta e a organização dos eventos.
- B) Cerimonial, protocolo e etiqueta são ferramentas que não servem para dar as diretrizes de como as pessoas devem se comportar em determinadas situações.
- C) É a ciência que estuda as cerimônias, ou seja, o conjunto de formalidades regulamentadas por Lei, tradição, uso ou costumes que devem ser observadas em um ato ou festa pública, voltadas essencialmente para atividade profana.
- D) É considerada uma ciência, já que representa uma soma de conhecimentos práticos que servem a determinado fim. Classifica-se entre as ciências exatas que se definem como o conjunto de disciplinas que visa o comportamento individual ou coletivo do homem.

Questão 36

A prática de divulgar as realizações ou o posicionamento de pessoas ou organizações data, segundo *Ferraretto e Ferraretto* (1993, p. 21), de 202 a.C., com as cartas circulares contendo realizações da Dinastia Han, distribuídas na China “[...] e na Acta diurna, veículo informativo do Fórum romano criado em 69 a.C.”. No entanto, em 1906, a partir do trabalho de *Ivy Lee*, que essa prática ganhou contornos próximos aos que vemos hoje. De lá para cá, evidentemente, muita coisa aconteceu, e as práticas de divulgação foram se profissionalizando, o que se refletiu também no formato e na distribuição do *press release*, que segue sendo um dos principais produtos de uma assessoria de comunicação quando o público com o qual se está mantendo contato é o jornalista. Sobre as boas práticas na produção de *releases*, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) Para atrair a atenção de produtores de conteúdo dos veículos de comunicação, é essencial que o *release* traga assunto de interesse público.
- B) Um *release*, para gerar interesse, deve ter conteúdo relevante, ser objetivo, claro e direcionado a quem realmente possa ser atraído por seu conteúdo.
- C) Os critérios usados pelos jornalistas para análise dos *releases* não são os mesmos aplicados para verificar se um fato apurado por eles tem ou não potencial para se tornar notícia.
- D) Mesmo que não venha a ser publicado, total ou parcialmente, o *release* pode transformar-se em pauta a ser trabalhada em outro momento ou contribuir para esclarecer ao jornalista sobre um aspecto do tema que esteja cobrindo.

Questão 37

As regras de protocolo estabelecem não só como as pessoas devem agir e se comportar em determinadas cerimônias, como também as regras de precedência que devem ser adotadas por quem recebe e por quem é convidado, devendo ser obedecidas tanto num evento de caráter público quanto privado. Sobre cerimonial, protocolo e etiqueta, marque V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas.

- () Há cerimônias de cunho social, profissional, governamental, universitário, esportivo, religioso, dentre outros. No entanto, o cerimonial ou as regras de protocolos são iguais para todos.
- () Com as regras de cerimonial, protocolo e etiqueta, é possível saber com antecedência o que deve ser feito, quando fazer e qual o comportamento adequado nas diversas situações da vida em sociedade.
- () Os relacionamentos interpessoais e os eventos de cunho oficial, social formal, profissional e socioprofissional, em sua maioria, são marcados pelas regras de protocolo e etiqueta, normalmente seguidas por todos nós, muitas vezes, sem que se perceba o fato.

A sequência está correta em

- A) F, V, V.
- B) V, V, V.
- C) F, F, F.
- D) V, F, F.

Questão 38

No percurso dos seus quase 70 anos de existência, a televisão passou por constantes transformações, não apenas no que se refere à estrutura técnica e operacional, mas também à distribuição de seus conteúdos e, principalmente, à linguagem. É fato que, por muito tempo, ela permaneceu plena na distribuição e produção de conteúdo audiovisual para a grande massa. No entanto, com o advento da *internet*, esse cenário ganhou novos contornos e tem desafiado o modelo de negócio da televisão convencional. Isso porque produzir e escrever para TV se tornou um desafio constante, visto que o público está cada vez mais exigente e controlador.

(DA MOREIRA, Nádia. M. L. M.; SACCOL, Tércio; SILVA, Fernando. Lopes; AL., et. *Princípios e Técnicas para a Prática da Redação Jornalística*.

Grupo A, 2020. 9786556900834. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900834/>.

Acesso em: 28/01/2022.)

Explorar ao máximo o potencial de cada veículo é papel do comunicador. Por isso, ao produzir materiais para as mídias, o assessor de comunicação deve estar atento às características de cada canal, para que o material elaborado esteja alinhado ao veículo para o qual ele se destina. Sobre as características dos materiais elaborados para televisão, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) Na televisão, o texto deve valorizar a imagem, e não simplesmente descrevê-la.
- B) No texto televisivo, o principal é respeitar a força da informação visual e descobrir como associá-la à palavra.
- C) Escrever de forma clara, simples e objetiva é crucial na TV; afinal, ela alcança diferentes públicos, classes e níveis.
- D) Deve-se evitar os adjetivos e dar preferência aos substantivos e verbos na voz passiva, visto que ambos darão consistência ao texto.

Questão 39

Não faltam ocasiões no âmbito profissional em que o hasteamento ou a disposição de bandeiras em palcos ou em mastros tornam-se necessários. Em congressos, inaugurações e recepções oficiais do governo ou corporativos, é comum que se tenham as bandeiras do Brasil, do estado e da empresa que oferecem o evento hasteadas.

(EGGER-MOELLWALD, Duncan. *Etiqueta, Cerimonial e Protocolo*.)

Sobre o uso da Bandeira Nacional, assinale a afirmativa correta.

- A) Não tem avesso e deve ser comprada em lojas que tenham a certificação do governo.
- B) Deve ser colocada à direita de quem olha da plateia para o palco ao lado de tribunas, púlpitos, mesas de reunião ou de trabalho.
- C) O seu hasteamento não é obrigatório: em dias de festa ou de luto oficial em todas as repartições públicas, estabelecimentos de ensino e sindicatos.
- D) Se for colocada juntamente com as bandeiras do estado e da empresa, deverá estar no meio, entre as bandeiras, e a ordem de colocação será: nacional no centro, estado à direita de quem olha da plateia e a da empresa à esquerda de quem está na plateia.

Questão 40

Sempre que a cerimônia ocorrer com composição de mesa, faz-se necessária a elaboração de croqui, distribuindo as pessoas de acordo com a hierarquia e o número de componentes. Para se montar uma mesa, observa-se com rigor o princípio da direita. A direita de um dispositivo é sempre definida pela posição de quem está compondo a mesa, ou seja, a direita de quem está à mesa. Nunca à direita de quem vê ou está na plateia. A composição de mesa é um procedimento bastante usual na realização de eventos; por isso, é importante que o cerimonialista tenha conhecimento sobre regras básicas. Diante do exposto, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) A ordem de citação é da maior para a menor autoridade.
- B) A ordem de chamada para a fala é sempre da maior para a menor autoridade.
- C) Não há um número padrão para quantidade de pessoas que compõem uma mesa.
- D) A ordem de chamada para composição de mesa deve ser da maior para a menor autoridade.

Questão 41

A comunicação integrada, as áreas de comunicação e as relações públicas estão diretamente associadas a ações, oportunidades e demandas de gestão da comunicação nas organizações. Essa gestão se modificou com a emergência da internet, que quebrou estruturas, transformou lógicas, demandou reconfigurações e forçou um novo olhar sobre práticas, interatividades e fluxos de informação. Dentre as principais transformações em decorrência da emergência da internet, é correto afirmar que:

- A) Uma das grandes mudanças é a delimitação precisa entre emissores e receptores de informação.
- B) Na realidade atual, a comunicação é mais participativa, com o consumidor midiático menos ativo.
- C) Atualmente, a quantificação da atenção e da reputação não é um empreendimento global. A reputação já foi tangível e agora está cada vez mais intangível.
- D) Agora, as pessoas têm poder para reconfigurar a comunicação, avaliar conteúdos, criticar ou elogiar reportagens, criar e circular suas próprias informações.

Questão 42

De modo geral, o comportamento das organizações é observado por seus públicos estratégicos, que podem vir a pedir esclarecimentos quando necessário. A maneira como as organizações respondem a tais demandas é extremamente importante para a sobrevivência organizacional na sociedade contemporânea. Por isso, preparar-se para atender às necessidades dos stakeholders é essencial. Para uma comunicação organizacional eficiente são necessárias práticas e condutas para um bom relacionamento com a mídia; analise-as.

- I. Tudo que um representante ou porta-voz corporativo diz é atribuído à marca que representa; por isso, seu comportamento deve ser preparado e orientando da melhor forma possível pelo assessor de comunicação.

- II. Conceder uma entrevista é uma escolha política, pois provoca impactos pessoais, comerciais e sociais. Por isso, é importante planejar bem o uso deste recurso e não o utilizar de forma banalizada.
- III. É importante evitar explicar os pontos negativos de uma situação, para que não seja necessário rebatê-los, se for o caso.

Está correto o que se afirma apenas em

- A) I.
- B) III.
- C) I e II.
- D) II e III.

Questão 43

Um dos principais objetivos das assessorias de imprensa é a construção de elos entre as partes representadas e os meios de comunicação. Essas assessorias funcionam como uma ponte entre a fonte de informação, a imprensa e a sociedade. Além disso, são responsáveis por lidar com as informações que chegam aos veículos de comunicação, como rádio, TV e Internet.

(MORESCO, Marcielly. C.; SACCOL, Tércio; BARRETO, Cristiane. Parente. de. S.; AL., et. Assessoria de Comunicação. Pág. 75: Grupo A, 2020. 9786556900865. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900865/>. Acesso em: 27/01/2022.)

Sobre a classificação dos gêneros jornalísticos, assinale a afirmativa INCORRETA.

- A) Gênero informativo: está ligado à vigilância social e à informação objetiva e clara.
- B) Gênero interpretativo: possui um papel educativo e esclarecedor, com o objetivo de fornecer um serviço à população.
- C) Gênero opinativo: está ligado a um fórum de ideias, permitindo uma exposição de opinião, sem deixar de lado o compromisso com a verdade.
- D) Gênero diversional: está ligado ao auxílio nas tomadas de decisões cotidianas, com destaque para dicas e oportunidades apresentadas pelos jornalistas aos cidadãos.

Questão 44

Os Símbolos Nacionais são representações da Pátria e servem para expressar a independência e o espírito cívico de um povo e também da Nação. Os nossos símbolos nacionais são regulamentados pela Lei nº 5.700/1971, juntamente com as alterações dadas pela Lei nº 8.421/1992, e definidos no parágrafo 1º do Art. 13 da Constituição Federal, promulgada em 5 de outubro de 1988.

(EGGER-MOELLWALD, Duncan. Etiqueta, Cerimonial e Protocolo.)

Muito utilizados em cerimônias oficiais, sendo detentores de diversas regras para uso, quais são os símbolos nacionais?

- A) Bandeira Nacional; Hino Nacional; Armas Nacionais; e, Selo Nacional.
- B) Bandeira Nacional; Hino Nacional; Selo Nacional; e, foto oficial do Presidente em exercício.
- C) Bandeira Nacional; Bandeiras dos Estados; Bandeiras dos Municípios; e, Bandeira do Mercosul.
- D) Bandeira Nacional; Bandeiras dos Estados; Bandeiras dos Municípios; e, Bandeira do Distrito Federal.

Questão 45

O posicionamento de marcas e produtos nas redes sociais, atualmente, é imprescindível para a relação das empresas com o público. Nas redes sociais, é possível interagir com os consumidores e compreender suas demandas, manifestações e desejos. Por isso, pensar no conceito, na prática e nas utilidades das mídias sociais, é fundamental para qualquer estratégia de comunicação de uma organização. Com a importância da atuação das assessorias e relações públicas na *internet*, é essencial conhecer a diferença entre redes sociais e mídias sociais. Das afirmativas a seguir, assinale a **INCORRETA**.

- A) As mídias sociais são uma categoria das redes sociais.
- B) As redes sociais conectam pessoas que têm um interesse comum.
- C) As mídias sociais são os conteúdos compartilhados nas redes sociais.
- D) As redes, no ambiente virtual, são como uma transposição ou complementação das formas de relacionamento pessoal.

Questão 46

De acordo com *Torquato (1992)*, “a comunicação institucional tem como principais propósitos influenciar a opinião pública e difundir informações de interesse público sobre os objetivos, as práticas e as políticas das organizações. Para que ocorra de modo eficaz, este tipo de comunicação deve transmitir simpatia, credibilidade e confiança. Desse modo, cria-se um vínculo entre quem transmite e quem recebe o conteúdo”. A comunicação institucional tem importante papel nas organizações; considerando suas principais características, é correto afirmar que:

- A) A informação institucional não pode ser considerada como parte do jornalismo.
- B) A comunicação institucional se diferencia de outras modalidades comunicacionais por possuir um público específico: o público externo.
- C) Os assessores de imprensa são os responsáveis por criar pontes de informação entre o conteúdo interno de uma instituição e os meios de comunicação.
- D) O objetivo da comunicação institucional é oferecer materiais voltados ao ambiente externo, de modo a causar impacto positivo no dia a dia do público interno das organizações.

Questão 47

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) estão facilitando cada vez mais o acesso e a produção de informações e, em virtude disso, têm mudado a forma como nos comunicamos. Essas alterações em nosso cotidiano não se dão apenas no nível pessoal, mas também em diferentes profissões, especialmente naquelas ligadas ao mundo da comunicação. As assessorias de imprensa são um exemplo de organizações que foram impactadas por esse contexto digital, tendo que incorporar novas rotinas e práticas como a produção audiovisual e a comunicação móvel. A criação de conteúdo diferenciado, que faça sentido tanto

para o mundo digital quanto para o público-alvo é uma premissa essencial na atuação das assessorias de comunicação atualmente. Dentro desta perspectiva, assinale a afirmativa correta.

- A) O grande desafio do comunicador nas empresas atualmente é ajudar a organização a reconhecer o direito de cada um ao acesso às informações que lhe interessam e desenvolver maneiras de monitoramento e relacionamento com as redes interpessoais que se formam a partir das novas tecnologias de informação.
- B) Nem todo conteúdo feito por usuários comuns de redes sociais pode ser aplicado às comunicações institucionais. A técnica de *Storytelling*, por exemplo, famosa por muitos engajamentos em redes sociais e bastante utilizada pelos influenciadores digitais, não são um formato adequado para a utilização das assessorias de comunicação institucionais.
- C) De acordo com o público que se quer alcançar, as publicações empresariais podem ser divididas em internas, que são voltadas a colaboradores, e externas, aquelas cujo público são os jornalistas, os consumidores, os parceiros etc. Exclusivamente quando o público-alvo for o externo, é importante levar em consideração as regras do jornalismo para produção de mensagens claras, objetivas, de interesse e com credibilidade.
- D) Na sala de imprensa, nos *sites* institucionais, é preciso fazer uma conexão com as redes sociais, criando *links*, integrando todos os ambientes virtuais; mas, na produção de conteúdo, o texto ainda é rei; por isso, ater-se a produção do *release*, de forma tradicional, com texto bem elaborado, com atenção a todas as regras de boas práticas de linguagem jornalística, é o suficiente para os veículos produzirem suas pautas e adaptá-las para outros formatos, se for o caso.

Questão 48

Mais do que simplesmente informar, o *endomarketing* serve para disciplinar a direção da empresa para determinadas atitudes de aproximação com o funcionário. Neste contexto, a comunicação é tratada de uma forma bastante simples: como um processo pelo qual ideias e sentimentos são transmitidos de indivíduo para indivíduo dentro de um mesmo ambiente de trabalho.

(*Brum, Analisa de Medeiros. Endomarketing/Analisa de Medeiros Brum. Porto Alegre: L&P. 1998.*)

São consideradas implementações de estratégias eficientes de um programa de *endomarketing*, EXCETO:

- A) Para que a comunicação interna exista é essencial que seja implementado um programa de *endomarketing*.
- B) Não existe *endomarketing* sem que a direção da empresa queira. A participação efetiva da diretoria é essencial.
- C) A realização de “pesquisa de clima” é uma boa alternativa de diagnóstico para promoção de ações eficientes do *endomarketing*.
- D) A credibilidade é o segredo do processo de pesquisa, sendo essencial garantir o anonimato de quem fornece as informações, bem como o sigilo.

Questão 49

Antes mesmo das possibilidades de registrar um conteúdo graficamente pela escrita, as informações já eram transmitidas verbalmente entre as pessoas. Por se tratar de uma das formas mais antigas de se comunicar, a oralidade carrega alguns ritos que têm por finalidade a transmissão e a compreensão adequada dos conteúdos. É preciso organizar bem as ideias antes de pronunciá-las, escolher as palavras que melhor traduzem o pensamento e organizá-las em frases e textos que expressam o que se quer dizer com clareza e naturalidade.

(DA MOREIRA, Nádia. M. L. M.; SACCOL, Tércio; SILVA, Fernando. Lopes; AL., et. *Princípios e Técnicas para a Prática da Redação Jornalística. Grupo A, 2020. 9786556900834. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900834/>. Acesso em: 28/01/2022.)*

Neste contexto da oralidade, considera-se a reflexão sobre o texto para o rádio. Trata-se de característica do meio radiofônico:

- A) Canal unidirecional: embora sejam ressaltadas atualmente as possibilidades de interatividade dos usuários das mídias sociais, o rádio é um veículo de pouca interação com o ouvinte, em que o locutor é quem fala e comanda todo o conteúdo e o ouvinte como o próprio nome diz, é passivo e não interativo.
- B) Público: o rádio não pode atingir diferentes públicos, pois o seu conteúdo é voltado para grupos específicos que sintonizam numa mesma frequência porque gostam de estilos musicais comuns, residem em uma mesma comunidade, ou se interessam por assuntos semelhantes — como é o caso das emissoras que só distribuem conteúdos jornalísticos.
- C) Empatia: o nível de empatia entre radialistas e ouvintes é inferior a outros meios impressos. Além disso, a narrativa oral dispara uma série de emoções, por meio de radio-novelas, transmissões radiofônicas de jogos e canais radiofônicos que ainda hoje tocam esquetes de humor. Exemplos disso são o personagem Dr. Pimpolho, da Jovem Pan, e os humoristas do Pânico, que também veicularam o seu programa na TV aberta.
- D) Infotainment: o neologismo que une informação e entretenimento começou com as transmissões de rádio em que o locutor, antes da música, trazia uma informação sobre a letra da canção ou a vida do cantor. Isso também ocorre quando uma inserção sonora é posta entre os blocos de um boletim de notícias, ou o horóscopo é inserido no meio do noticiário radiofônico. O fato é que o rádio sabe reduzir a distância entre informação e entretenimento como nenhum outro meio.

Questão 50

Segundo Sara Gomes, precedência é “a ordem pela qual é estabelecida uma estrutura hierárquica de instituições, dirigentes, bandeiras, para que haja disciplina”. Segundo Nelson Speers, em Cerimonial para Relações Públicas, “a precedência é reconhecer a primazia de uma hierarquia sobre a outra, e tem sido, desde os tempos mais antigos, e em todas as partes, motivo de normas escritas, cuja falta de acatamento provoca desgraças. Sobre a precedência em cerimônias de caráter público, é correto afirmar que:

- A) Se o anfitrião for a maior autoridade no evento, ele mesmo o presidirá.
- B) Quando o presidente da República se fizer representar em solenidades ou cerimônias, o lugar que compete a seu representante é à esquerda da autoridade que as presidir.
- C) Não sendo a maior autoridade, pode-se colocar o anfitrião à direita da maior autoridade, se houver convidado de honra, ou no lugar onde a precedência para o seu cargo requeira.
- D) No respectivo estado, o governador, o vice-governador, o presidente do Tribunal de Justiça e o presidente da Assembleia Legislativa terão, nessa ordem, precedência sobre as autoridades federais.

ATENÇÃO

 **NÃO É PERMITIDA** a anotação das respostas da prova em QUALQUER MEIO. O candidato flagrado nesta conduta poderá ser **ELIMINADO** do processo.

PROVA DISCURSIVA (ESTUDO DE CASO)

ORIENTAÇÕES GERAIS

- A Prova Discursiva (Estudo de Caso) é de caráter eliminatório e classificatório, constituída de um Estudo de Caso que será avaliado na escala de 0 (zero) a 10 (dez) pontos.
- A resposta à Prova Discursiva (Estudo de Caso) deverá ser manuscrita em letra legível, com caneta esferográfica de corpo transparente, de tinta azul ou preta, não sendo permitida a interferência e/ou a participação de outras pessoas.
- O candidato não poderá efetuar consulta a quaisquer fontes ou meios de consulta, nem mesmo legislação para auxílio na elaboração da prova discursiva.
- A Prova Discursiva (Estudo de Caso) terá extensão mínima de 15 (quinze) linhas e máxima de 30 (trinta) linhas, sendo desconsiderado para efeito de avaliação qualquer fragmento de texto que for escrito fora do local apropriado ou que ultrapassar a extensão máxima permitida.
- O candidato receberá nota zero na Prova Discursiva (Estudo de Caso) ao texto que contiver número de linhas inferior ao limite mínimo estabelecido, em casos de não atendimento ao conteúdo avaliado, de não haver texto, de manuscruver em letra ilegível ou de grafar por outro meio que não o determinado no subitem 5.7 do Edital, bem como no caso de identificação em local indevido.
- Para efeito de avaliação da Prova Discursiva (Estudo de Caso) serão considerados os seguintes elementos de avaliação:

ELEMENTOS DE AVALIAÇÃO DA PROVA DE ESTUDO DE CASO		
Critérios	Elementos da Avaliação	Pontos por questão
Aspectos Formais e Aspectos Textuais	Observância das normas de ortografia, pontuação, concordância, regência e flexão, paragrafação, estruturação de períodos, coesão e lógica na exposição das ideias.	2 (dois) pontos
Aspectos Técnicos	Pertinência da exposição relativa ao problema, à ordem de desenvolvimento proposto e ao padrão de respostas do Estudo de Caso, conforme detalhamento a ser oportunamente publicado.	8 (oito) pontos
Total de Pontos:		10 (dez) pontos

Briefcase: Tylenol – Johnson & Johnson

Em 1982 a empresa *Johnson & Johnson* se viu em meio a uma crise sem precedentes em sua história. O *Tylenol*, produto responsável por 19% do faturamento da empresa na época, foi apontado como o responsável pela morte de 7 pessoas.

Robert Andrews, diretor de relações públicas da instituição naquele período lembra que recebeu o telefonema de um jornalista de Chicago que o questionava sobre a entrevista de um médico responsável pelas autópsias onde apontava que as causas das mortes era o *Tylenol* envenenado com cianeto. Obviamente, *Andrews* se assustou ao ouvir tal afirmação, pois estava sabendo do acontecido naquele momento pelo jornalista e o único comentário que conseguiu dar ao ser confrontado com a afirmação foi que a empresa ainda não estava sabendo o que teria ocorrido.

Após desligar o telefonema, *Andrews* se viu, pela primeira vez em sua vida, sem saber o que fazer. Após o momento de pânico, se reuniu com os gestores para definir quais ações deveriam ser tomadas, pois a empresa não tinha um plano de crise e nem um programa de monitoramento e relacionamento com a imprensa. A comunicação da *Johnson & Johnson*, na época, se concentrava apenas em campanhas publicitárias.

Após muitos debates e conflitos, desenvolveram uma mensagem para a imprensa que, em suma, informava que não estava disposta a correr riscos se tratando de saúde pública, mesmo que isto lhe custasse milhões de dólares, e, diante deste cenário, montou-se um gabinete de crise para investigar o que ocorrera.

A instituição expôs aos seus colaboradores o que havia acontecido e instaurou uma auditoria na linha de produção do *Tylenol*, sempre deixando claro à imprensa que garantia a confiança no profissionalismo e dedicação da empresa e sua equipe e que o ocorrido não poderia ser resultado de um erro industrial. Durante o processo de busca incessante sobre a explicação e a solução para a adulteração do produto, os colaboradores se tornaram fonte de informação privilegiada para a família e vizinhos próximos. A empresa recolheu todo o estoque de comprimidos do mercado – cerca de 31 milhões - e iniciou uma campanha de comunicação destinada a apelar ao público para não usarem o medicamento, oferecendo aos consumidores a opção de troca.

Um mês após o acontecido, a instituição revelou ao mercado uma nova embalagem para o *Tylenol*, que apresentava padrões de segurança que tornaria o produto inviolável. O anúncio deste redesenho de embalagem foi feito em uma das muitas conferências com a imprensa – que se tornaram recorrentes nas práticas de gestão de crise da *Johnson & Johnson*.

A empresa não economizou em amplas campanhas de conscientização e esclarecimentos e, após o anúncio das novas embalagens, desenvolveu uma campanha anunciando descontos para quem voltasse a comprar o produto.

O resultado final da investigação foi o entendimento generalizado de que a empresa tinha sido vítima de um crime.

Ao agir rapidamente e com responsabilidade, fazendo *recall* dos produtos ameaçados, a instituição colocou o bem-estar dos seus clientes acima dos interesses lucrativos da companhia. Com isso, preservou a marca do produto e manteve a sua credibilidade, que não teve a reputação afetada.

Para tentar simplificar o entendimento desse processo, são definidos alguns elementos-chave, considerados decisivos para uma boa gestão dos eventos classificados como crise. São considerados como fatores básicos: um plano de crise simples e flexível; uma liderança forte e decisiva; um porta-voz preparado, com mensagens-chave prontas; a identificação e a necessidade de estabelecer relação com os diversos *stakeholders*, sobretudo os envolvidos na crise; o *timing* da resposta que, atualmente, no mundo das redes sociais, precisa ser rápida e esclarecedora; e, por fim, o plano de comunicação, considerando, prioritariamente, a comunicação interna e a relação com a mídia. Pode até ser possível gerenciar uma crise sem um desses preceitos, mas o trabalho será prejudicado. Relaxar num desses requisitos, ou conduzi-los de forma errada, pode comprometer a gestão competente da crise. Apesar de ter lidado com a situação de maneira eficiente, se a empresa em questão tivesse implementado um programa de gestão de crise (*Crisis Management Plan – CMP*), pode ser que algumas das 7 mortes tivessem sido evitadas, já que, nesse caso, a velocidade e a transparência da comunicação são essenciais. Faça uma análise e indique algumas ações que a *Johnson & Johnson* poderia ter adotado como medida profilática que teria minimizado o efeito da situação.

PROVA DISCURSIVA (ESTUDO DE CASO)

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

INSTRUÇÕES

É necessário o uso de máscara durante toda a prova. O álcool em gel se encontra disponível para o uso dos candidatos.

1. Somente será permitida a utilização de caneta esferográfica de tinta azul ou preta, feita de material transparente e de ponta grossa.
2. É proibida, durante a realização das provas, a comunicação entre os candidatos, bem como a utilização de máquinas calculadoras e/ou similares, livros, anotações, impressos ou qualquer outro material de consulta, protetor auricular, lápis, borracha ou corretivo. Especificamente, não será permitido ao candidato ingressar na sala de provas sem o devido recolhimento, com respectiva identificação, dos seguintes equipamentos: *bip*, telefone celular, *walkman*, agenda eletrônica, *notebook*, *palmtop*, *ipod*, *ipad*, *tablet*, *smartphone*, mp3, mp4, receptor, gravador, máquina de calcular, máquina fotográfica, controle de alarme de carro, relógio de qualquer modelo, pulseiras magnéticas e similares e etc.; o que não acarreta em qualquer responsabilidade do Instituto Consulplan sobre tais equipamentos.
3. Com vistas à garantia da segurança e da integridade do Processo Seletivo, no dia da realização das provas escritas os candidatos serão submetidos ao sistema de detecção de metais na entrada e na saída de sanitários. Excepcionalmente, poderão ser realizados, a qualquer tempo durante a realização das provas, outros procedimentos de vistoria além do descrito.
4. **O Caderno de Provas consta de 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha para os cargos de Nível Superior Completo e 1 (uma) Prova Discursiva, (Estudo de Caso) para os cargos de Analista Jr – Advogado; Analista Júnior – Publicidade e Propaganda; Analista Júnior – Marketing; e, Analista Júnior – Eventos e Relações Públicas e uma Prova Discursiva (Produção de Release) para o cargo de Analista Júnior – Comunicação; e, 40 (quarenta) questões de múltipla escolha para os cargos de Nível Médio e Médio Técnico.**
5. Ao receber o material de realização das provas, o candidato deverá conferir atentamente se o Caderno de Provas contém o número previsto de questões, se corresponde à atuação na qual está concorrendo, assim como se os dados informados no Cartão de Respostas (Gabarito) e na Folha de Textos Definitivos (Prova Discursiva) estão corretos. Caso os dados estejam incorretos, ou o material esteja incompleto ou, ainda, apresente qualquer imperfeição, o candidato deverá informar tal ocorrência ao Fiscal de Aplicação.
6. A prova terá duração de: 4h30min para os cargos de Analista Júnior – Advogado; Analista Júnior – Comunicação; Analista Júnior – Publicidade e Propaganda; Analista Júnior – Eventos e Relações Públicas; e, Analista Júnior – Marketing. A prova terá a duração de 3h30min para os demais cargos. Este período abrange a assinatura e a transcrição das respostas para o Cartão de Respostas (Gabarito), bem como para Folha de Textos Definitivos (Prova Discursiva).
7. **As questões das provas objetivas são do tipo múltipla escolha, com 4 (quatro) alternativas (A a D) e uma única resposta correta. Ao terminar a prova, o candidato, obrigatoriamente, deverá devolver ao Fiscal de Aplicação o Cartão de Respostas (Gabarito) e a Folha de Textos Definitivos (Prova Discursiva) devidamente assinado em local específico.**
8. Os Fiscais de Aplicação não estão autorizados a emitir opinião e a prestar esclarecimentos sobre o conteúdo das provas. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar as questões e decidir pela opção de resposta.
9. Não é permitida a anotação de informações relativas às respostas (cópia de gabarito) no Cartão de Confirmação da Inscrição (CCI) ou em qualquer outro meio.
10. O candidato somente poderá se retirar do local de realização das provas escritas levando o Caderno de Provas no decurso dos últimos 30 (trinta) minutos anteriores ao horário previsto para o seu término. O candidato poderá se retirar do local de realização das provas somente a partir dos 90 (noventa) minutos após o início de sua realização; contudo, não poderá levar o Caderno de Provas.
11. Os 3 (três) últimos candidatos de cada sala só poderão sair juntos. Caso algum desses candidatos insista em sair do local de aplicação das provas antes de autorizado pelo Fiscal de Aplicação, deverá ser lavrado o Termo de Ocorrência, assinado pelo candidato e testemunhado pelos 2 (dois) outros candidatos, pelo Fiscal de Aplicação da sala e pelo Coordenador da Unidade de Provas, para posterior análise da Comissão de Acompanhamento do Processo Seletivo.

RESULTADOS E RECURSOS

- Os gabaritos oficiais preliminares serão divulgados na *internet*, no endereço eletrônico www.institutoconsulplan.org.br, a partir das 16h00min da segunda-feira subsequente à realização das provas escritas objetivas de múltipla escolha.
- O candidato que desejar interpor recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas disporá de 1 (um) dia útil, a partir do dia subsequente ao da divulgação (terça-feira), em requerimento próprio disponibilizado no *link* correlato ao Processo Seletivo no endereço eletrônico www.institutoconsulplan.org.br.
- A interposição de recursos poderá ser feita via *internet*, através do Sistema Eletrônico de Interposição de Recursos, pelo candidato, ao fornecer os dados referentes à sua inscrição, apenas no prazo recursal, ao Instituto Consulplan, conforme as disposições contidas no endereço eletrônico www.institutoconsulplan.org.br, no *link* correspondente ao Processo Seletivo.