

CONCURSO PÚBLICO/2018

# ANALISTA DE COMUNICAÇÃO RELAÇÕES PÚBLICAS

04/03/2018

PROVAS	QUESTÕES
Língua Portuguesa	01 a 10
Noções de Direito	11 a 15
Noções de Informática	16 a 20
História e Geografia de Goiás	21 a 25
Conhecimentos Específicos	26 a 60
Prova Discursiva	—

**SÓ ABRA ESTE CADERNO QUANDO AUTORIZADO  
LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES**

1. Quando for permitido abrir o caderno de provas, verifique se ele está completo ou se apresenta imperfeições gráficas que possam gerar dúvidas. Se isso ocorrer, solicite outro exemplar ao aplicador de provas.
2. Este caderno contém a prova objetiva e é composto de 60 questões de múltipla escolha. Cada questão apresenta quatro alternativas de respostas, das quais apenas **uma** é a correta.
3. Preencha, no cartão-resposta, a letra correspondente à resposta que julgar correta.
4. O cartão-resposta é personalizado e não será substituído em caso de erro no preenchimento. Ao recebê-lo, confira se seus dados estão impressos corretamente. Se houver erro, notifique-o ao aplicador de prova.
5. Preencha, integralmente, um alvéolo por questão, rigorosamente dentro de seus limites e sem rasuras, utilizando caneta de tinta **AZUL** ou **PRETA**, fabricada em material transparente. A questão deixada em branco, com emenda, corretivo, rasura ou com mais de uma marcação terá pontuação zero.
6. Esta prova objetiva terá **cinco horas** de duração, incluídos, nesse tempo, os avisos, a coleta de impressão digital e a transcrição das respostas para o cartão-resposta e, na prova discursiva, para o caderno de respostas.
7. Iniciada a prova, você somente poderá retirar-se do ambiente de realização da prova após decorridas **três horas** de seu início e mediante autorização do aplicador de prova. Somente será permitido levar o caderno de questões após **quatro horas** do início das provas, desde que permaneça em sala até esse momento. É vedado sair da sala com quaisquer anotações, antes deste horário.
8. Os três últimos candidatos, ao terminarem as provas, deverão permanecer no recinto, sendo liberados após a entrega do material utilizado por todos eles e terão seus nomes registrados em Relatório de Sala, no qual irão apor suas respectivas assinaturas.
9. **AO TERMINAR SUAS PROVAS, ENTREGUE, OBRIGATORIAMENTE, O CARTÃO-RESPOSTA E O CADERNO DE RESPOSTAS AO APLICADOR DE PROVA.**

Leia o texto que segue para responder às questões de **01 a 03**.

Texto 1

História da criação

Os nossos sábios disseram:

“No começo não existia o mundo. Existia o *ἸΜΗΚΟΗΟ ἸΝΕΚἰ*, (O Avô do Mundo), ou seja, o Criador do Universo. Existia a *ἸΜΗΚΟΗΟ ἸΝΕΚΟ*, a Irmã do Criador do Universo, Avó do Mundo. Existia o *ΥΕ΄ΡΑ ὨΑΚἰΗἰ* (O Guia Revelador, que poderia ser traduzido como Deus na nação Tukana).

O Criador do Universo perguntou à sua irmã:

– O que faremos desse imenso universo... Temos mundo, e como faremos para criar os primeiros homens na terra?

– Desde o princípio eu sou o ser feminino. Respondeu a irmã.

– É isso mesmo! Eu sou homem e sei disso. Disse o Criador do Universo, depois de refletir bastante.”

TUKANO, Álvaro. *O mundo Tukano antes dos brancos* – um mestre Tukano. V. 1. Brasília-DF: INCTI/UnB/CNPq, 2017. p. 44.

### — QUESTÃO 01 —

Do enunciado “No começo não existia o mundo. Existia o *ἸΜΗΚΟΗΟ ἸΝΕΚἰ*, (O Avô do Mundo)”, infere-se que, para o povo Tukano,

- (A) o universo é resultado de invenção mitológica.
- (B) existiu um plano superior de seres não humanos.
- (C) o mundo é a representação do universo não indígena.
- (D) existiu um tempo-lugar anterior ao do mundo atual habitado.

### — QUESTÃO 02 —

O texto apresenta a narração da criação do mundo em uma perspectiva

- (A) dialógica, promovida pela interação entre homem e mulher.
- (B) divinatória, em que seres fantásticos são os protagonistas.
- (C) enigmática, envolvida nos mistérios e segredos dos autores.
- (D) conspiratória, em que duas figuras mitológicas compõem a trama.

### — QUESTÃO 03 —

A autoria da narrativa sobre a criação do mundo é informada no texto

- (A) pela nomeação dos narradores e pelo destaque da forma cultural de tratamento.
- (B) pelo uso de marcadores discursivos e pela maneira social de reverência aos anciãos.
- (C) pela indicação dêitica dos autores e pela ênfase nos discursos diretos.
- (D) pelo emprego de aspas duplas e pela citação da voz narrativa seguida de dois pontos.

Leia o Texto 2 para responder às questões de **04 a 06**.

Texto 2

Eu comecei a fazer festa de *reggae* em 1975, com a minha radiola. Mas onde o *reggae* começou a se espalhar mesmo foi num sítio chamado Mato Grosso, por trás da Expoema. Ali foi o primeiro sítio que eu foquei. Depois eu toquei num festejo de Nossa Senhora do Bom Parto, que acontece todo ano, dia 2 de fevereiro, num lugar chamado Andiroba; fica antes de Mato Grosso. Foi dali que começou. Aí, eu fui trazendo para os bairros e comecei a fazer festa no Salgueiro (antiga Escola de Samba no Sacavém – não existe mais), na favela (só Samba) fazia festa no Sacavém, também no festejo de Elizita (mãe-de-santo de um terreiro de mina no bairro Sacavém) e trazia aquela multidão do Retiro Natal, Monte Castelo, Liberdade, a turma que já participava das festas que eu fazia...

DA SILVA, Carlos Benedito Rodrigues. *Da terra das primaveras à ilha do amor* – reggae, lazer e identidade cultural. São Luís: Pitomba, 2016. p. 68.

### — QUESTÃO 04 —

A composição do Texto 2 é caracterizada por uma sequência textual

- (A) argumentativa.
- (B) descritiva.
- (C) narrativa.
- (D) injuntiva.

**— QUESTÃO 05 —**

Concorrem para o estabelecimento da coesão do texto o emprego dos articuladores “Ali” (linha 4), “dali” (linha 8) e “Ai” (linha 8). O uso desses articuladores

- (A) torna o estilo linguístico do texto informal e próximo da oralidade.
- (B) denota desconhecimento dos recursos de articulação gramatical.
- (C) revela o nível de escolaridade formal do autor do texto.
- (D) evidencia um marcador de variação linguística dia-tópica.

**— QUESTÃO 06 —**

Considerando-se os tempos verbais empregados no texto, infere-se que a temporalidade da narrativa é:

- (A) hipotética, com marcadores temporais imperfeitos do subjuntivo.
- (B) estável, com a predominância do pretérito-perfeito do indicativo.
- (C) subjetiva, dependente da interpretação do leitor.
- (D) psicológica, restrita à imaginação do narrador.

Leia o Texto 3 para responder às questões de **7 a 10**.

## Texto 3

Resgatar as receitas é convocar as “almas” com o perfume doce das damas-da-noite que habitam as frestas dos muros desgastados de adobe e as tortuosas ruas de pedras. Almas que habitam os quintais sombreados pelas mangueiras. É evocar frases e sons retidos na argamassa das paredes de taipas. É trazer novamente as luzes e o brilho das licoreiras de cristal e dos saraus no Palácio Conde dos Arcos. Ouvir ecos das vozes recitando poemas no Clube Literário. É sentir o calor do abraço de despedida e o som dos pés se arrastando na procissão. É, quase possível, ouvir o órgão e as velas escorrendo dos castiçais na Igreja Boa Morte. Os latidos dos cães no mercado. A voz longínqua do vendedor de bolo de arroz na tarde quente. As “almas” das coisas podem re-existir, tocar corações, sussurrar lembranças, habitar cozinhas modernas, pessoas diversas em outras cidades e países. Só a Arte, aqui a arte culinária, permite esse trânsito, subvertendo o espaço-tempo linear, conduzindo a memória de cada um a lugares esquecidos, lugares nunca visitados – enriquecer o cotidiano trivial de cada um. Uma fatia de bolo pode sim, como diz Proust, conter toda uma infância, uma cidade, um estado e um país.

LIMA, Ana Chrisitna da Rocha. *Nádia Köller* – memórias e receitas de Goyaz. Goiânia: Eclea, 2017. p. 13.

**— QUESTÃO 07 —**

Predominam no texto as características da composição literária, e os sentidos, em todo o texto, são produzidos por meio do mecanismo da

- (A) pressuposição.
- (B) sinestesia.
- (C) comparação.
- (D) sinédoque.

**— QUESTÃO 08 —**

O enunciado “É evocar frases e sons retidos na argamassa das paredes de taipas” (linha 5), situado no contexto geral do texto, tem o sentido de

- (A) evocação de lembranças.
- (B) expressão de angústias.
- (C) intensificação de desejos.
- (D) ensejo de esperanças.

**— QUESTÃO 09 —**

No enunciado “Uma fatia de bolo pode sim, como diz Proust, conter toda uma infância, uma cidade, um estado e um país” (linha 20) “uma fatia de bolo”, por metonímia, é o mesmo que

- (A) repositório.
- (B) depósito.
- (C) estoque.
- (D) memória.

**— QUESTÃO 10 —**

Em “as frestas dos *muros desgastados de adobe*” (linha 2), há um mecanismo de construção de sentido que dificulta o entendimento da sequência destacada, porque

- (A) gera redundância.
- (B) produz ambiguidade.
- (C) cria pressuposição.
- (D) permite inferência.

**— QUESTÃO 11 —**

Nos termos da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, os Territórios Federais integram a União e sua criação, transformação em Estado ou reintegração ao Estado de origem serão reguladas por

- (A) Medidas Provisórias.
- (B) Leis Delegadas.
- (C) Lei Ordinária.
- (D) Lei Complementar.

**— QUESTÃO 12 —**

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, no que se refere aos Territórios, assegura que, além do governador nomeado na forma da Constituição, haverá órgãos judiciários de primeira e segunda instâncias, membros do Ministério Público e defensores públicos federais. A lei disporá sobre as eleições para a Câmara Territorial e sua competência deliberativa para os Territórios Federais com mais de

- (A) 20.000 habitantes.
- (B) 40.000 habitantes.
- (C) 60.000 habitantes.
- (D) 100.000 habitantes.

**— RASCUNHO —****— QUESTÃO 13 —**

Nos termos da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, no que se refere à composição dos Tribunais Superiores,

- (A) o Tribunal Superior do Trabalho compor-se-á de dezessete Ministros, escolhidos dentre brasileiros com mais de trinta anos e menos de sessenta e cinco anos, de notável saber jurídico e reputação ilibada, nomeados pelo Presidente da República após aprovação pela maioria absoluta do Senado Federal, sendo um quinto dentre advogados com mais de quinze anos de efetiva atividade profissional e membros do Ministério Público do Trabalho com mais de dez anos de efetivo exercício, observado o disposto no art. 94 da CF e os demais dentre juízes dos Tribunais Regionais do Trabalho, oriundos da magistratura da carreira, indicados pelo Supremo Tribunal Federal.
- (B) o Tribunal Superior Eleitoral compor-se-á, no mínimo, de seis membros, escolhidos mediante eleição, pelo voto secreto, sendo dois juízes dentre os Ministros do Supremo Tribunal Federal; três juízes dentre os Ministros do Superior Tribunal de Justiça; e por nomeação do Presidente da República, de um dentre seis advogados de notável saber jurídico e idoneidade moral, indicados pelo Tribunal Superior Eleitoral.
- (C) o Superior Tribunal Militar compor-se-á de quinze Ministros vitalícios, nomeados pelo Presidente da República, depois de aprovada a indicação pelo Senado Federal, sendo três dentre oficiais-generais da Marinha, quatro dentre oficiais-generais do Exército, três dentre oficiais-generais da Aeronáutica, todos da ativa e do posto mais elevado da carreira, e cinco dentre civis. Os Ministros civis serão escolhidos pelo Presidente da República dentre brasileiros maiores de trinta e cinco anos, sendo três dentre advogados de notório saber jurídico e conduta ilibada, com mais de dez anos de efetiva atividade profissional; dois, por escolha paritária, dentre juízes auditores e membros do Ministério Público da Justiça Militar.
- (D) o Superior Tribunal de Justiça compor-se-á de, no mínimo, vinte e sete ministros. Os Ministros do Superior Tribunal de Justiça serão nomeados pelo Presidente da República, dentre brasileiros com mais de trinta e menos de sessenta anos, de notável saber jurídico e reputação ilibada, depois de aprovada a escolha pela maioria absoluta do Senado Federal, sendo dois terços dentre juízes dos Tribunais Regionais Federais e um terço dentre desembargadores dos Tribunais de Justiça, indicados pelo Supremo Tribunal Federal e um terço, em partes iguais, dentre advogados e membros do Ministério Público Federal, Estadual, do Distrito Federal e Territórios, alternadamente, indicados na forma do art. 94 da Constituição Federal de 1988.

**— QUESTÃO 14 —**

M. da S., funcionário público em uma repartição pública estadual, no exercício de suas funções, ao praticar um ato, acaba por causar danos a J. P. Após averiguação interna da Administração Pública, constata-se que M. da S. causou o dano por ter agido com negligência, até mesmo porque seus colegas já o tinham advertido várias vezes de que deveria tomar mais cuidado com os atos por ele praticados, pois poderia trazer problemas para as pessoas que estavam recebendo aquele serviço público. Diante de tal situação, acerca da responsabilização civil decorrente deste ato,

- (A) a responsabilização é objetiva restritivamente a M. da S., pois a responsabilidade civil do Estado é subjetiva, ou seja, depende de culpa, enquanto a do servidor é objetiva.
- (B) o Estado pode ser responsabilizado independente da discussão da culpa de seu servidor, mas não pode agir regressivamente contra M. da S., pois ele não agiu dolosamente.
- (C) o Estado pode ser responsabilizado, diante de sua responsabilidade objetiva, e pode ingressar com ação regressiva em face de M. da S., pois este possui responsabilidade subjetiva.
- (D) a responsabilização é exclusiva do Estado, pois a sua responsabilidade é subjetiva, ou seja, independe de culpa, e M. da S. não pode ser responsabilizado, pois sua responsabilidade é objetiva.

**— QUESTÃO 15 —**

Servidores públicos são:

- (A) as pessoas jurídicas que prestam serviços à União, ao Distrito Federal e às Entidades da Administração Indireta, com vínculo empregatício e mediante remuneração paga pelos cofres públicos.
- (B) as pessoas físicas que prestam serviços à União, ao Estado, Distrito Federal, aos Municípios e às Entidades da Administração Indireta, com vínculo empregatício e mediante remuneração paga inclusive pelos cofres públicos.
- (C) as pessoas físicas que prestam serviços ao Estado, sem vínculo empregatício e mediante remuneração paga pelas concessionárias.
- (D) as pessoas jurídicas que prestam serviços às Autarquias Federais e Estaduais, com vínculo empregatício e mediante remuneração paga pelas concessionárias.

**— RASCUNHO —**

**— QUESTÃO 16 —**

No editor de textos LibreOffice 5.4.4.2 ou Microsoft Word 2013, a ferramenta de desenho permite a inclusão de formas e textos com efeitos especiais. As opções de desenho contidas na ferramenta possibilitam a criação de figuras, imagens tridimensionais, sombras, formas, alteração das cores de fundo, de fontes, de linhas etc. Clicando-se em Inserir e depois em Formas,

- (A) pode-se exibir a Barra de Ferramentas de Desenho, que possui diversas formas.
- (B) é possível a inclusão de formas mais elaboradas e de figuras de um arquivo selecionado.
- (C) é possível selecionar uma forma clicando-se com o botão acionador sobre aquela desejada.
- (D) pode-se editar as formas apresentadas clicando-se com o botão auxiliar sobre a forma escolhida.

**— QUESTÃO 17 —**

Uma função é um método utilizado para tornar mais fácil e mais rápida a montagem de fórmulas que envolvem cálculos mais complexos e vários valores. Existem funções para os cálculos matemáticos, financeiros e estatísticos. A quantidade de argumentos empregados depende do tipo de função a ser utilizada. Os argumentos podem ser números, textos, valores lógicos, referências etc. No LibreOffice Calc 5.4.4.2 ou no Microsoft Excel 2013, a aplicação da função

- (A) =SOMA(Cellni:Cellfim) retorna a soma do valor de Cellni ao valor de Cellfim.
- (B) =MAIOR(Cellni:Cellfim) retorna o valor do maior número no intervalo entre Cellni e Cellfim.
- (C) =ARRED(MÉDIA(Cellni:Cellfim);1) retorna a média dos valores no intervalo entre Cellni e Cellfim e, caso existam números após a vírgula, eles serão arredondados para uma casa decimal.
- (D) =DIA.DA.SEMANA(HOJE()) retorna o dia da semana que é hoje, por exemplo, segunda-feira.

**— QUESTÃO 18 —**

Criar apresentações engloba iniciar com um design mais básico, adicionar novos slides e conteúdos, escolher layouts, modificar o design do slide inserindo novas cores ou aplicando diferentes modelos, criar efeitos como transições de slides animados. No LibreOffice Impress 5.4.4.2, é possível

- (A) alterar o layout e o design da apresentação por meio do menu Ferramentas.
- (B) adicionar uma transição de slides e renomeá-los fazendo uso do menu Slide.
- (C) inserir, executar e organizar macros por intermédio do menu Inserir.
- (D) alterar o idioma e fazer a correção ortográfica por meio do menu Formatar.

**— QUESTÃO 19 —**

Um motor de pesquisa ou ferramenta de busca ou buscador é um programa desenvolvido para procurar palavras-chave, fornecidas pelo usuário, em documentos e bases de dados. No contexto da internet, um motor de pesquisa permite procurar palavras-chave em documentos que estão na web, como aqueles que se encontram armazenados em websites. Entre as ferramentas mais usadas encontram-se o Google, o Yahoo!, o Bing, o Lycos e o Cadê. Ao usar o Google, o usuário pode utilizar

- (A) o apóstrofo, como em 'texto', para buscar a frase completa e não cada termo em separado.
- (B) as reticências, como em 2010...2018, para mostrar resultados publicados no intervalo de tempo especificado.
- (C) a palavra file, como em file:pdf, para especificar um tipo de arquivo a ser localizado.
- (D) o menos, como em segurança -patrimonial, para procurar a palavra segurança, excluindo os resultados em que aparecem a palavra patrimonial.

**— QUESTÃO 20 —**

No LibreOffice Base 5.4.4.2, é possível acessar dados armazenados em diversos formatos de arquivos de banco de dados, oferecendo suporte nativo a alguns formatos de bancos de dados de arquivos simples, tais como o formato dBASE. É possível também usá-lo para se conectar a bancos de dados relacionais, tais como MySQL ou Oracle. O LibreOffice Base 5.4.4.2 permite

- (A) abrir a exibição de fontes de dados a partir de um documento de texto ou de uma planilha pressionando a combinação de teclas Ctrl+Alt+E.
- (B) exibir dados filtrados, deixando-os ativos até que o usuário altere ou cancele os critérios de filtragem ou de classificação.
- (C) utilizar funções numéricas como AVG(x), CURDATE(), DATABASE(), LOG(x), MOD(x,y), PI(), RAND(), SQRT(x), USER().
- (D) alterar a estrutura ou editar, inserir e excluir registros de arquivos de planilha, arquivos de texto e dados do catálogo de endereços.

**— QUESTÃO 21 —**

Leia o fragmento.

Na década de 1930, dentro do contexto da “revolução” promovida por Getúlio Vargas e seu grupo, a implantação de uma capital moderna em pleno sertão do Brasil central poderia soar como uma loucura, mas para o governo federal constituído o significado era estratégico.

VIEIRA, Patrick Di Almeida. Atílio Corrêa Lima e o planejamento de Goiânia – Um marco moderno na conquista do sertão brasileiro. *Urbana*, v. 4, n. 4, 2011, CIEC/UNICAMP, p. 56. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/urbana/article/download/.../2963>>. Acesso em: 2 jan. 2018. (Adaptado).

No sentido do fragmento, a construção de Goiânia foi uma resposta em âmbito estadual às demandas por um processo de

- (A) descentralização da política nacional.
- (B) modernização das relações produtivas.
- (C) interiorização do centro administrativo do país.
- (D) sustentação da estrutura oligárquica da sociedade.

**— QUESTÃO 22 —**

Observe as imagens.



Disponível em: <<http://www.representacaodf.go.gov.br/post/ver/126551/goiania>>. Acesso em: 17 jan. 2018.

O Monumento a Goiânia, retratado nas fotos, é uma escultura em bronze e granito esculpida por Neusa Moraes em 1967. Localizado no centro da Praça Cívica Doutor Pedro Ludovico Teixeira, o monumento é uma homenagem aos

- (A) grupos étnicos que deram origem ao povo goiano.
- (B) imigrantes que trabalharam na construção da capital.
- (C) escravos africanos que contribuíram para a grandeza do estado.
- (D) bandeirantes que ajudaram a desbravar o Centro-Oeste brasileiro.

**— QUESTÃO 23 —**

O principal manancial hidrotermal do estado de Goiás está localizado nos municípios de Caldas Novas e Rio Quente. Estudos recentes demonstram que as águas termais se originam

- (A) do armazenamento de água em bacias subterrâneas em áreas vulcânicas.
- (B) do curso de água por cima de uma rocha de composição resistente à erosão.
- (C) da infiltração das águas da chuva no solo em grandes profundidades.
- (D) da pressão da água armazenada em lençóis freáticos sob rochas impermeáveis.

**— QUESTÃO 24 —**

Leia o fragmento.

Ao contrário do Sudoeste, o Nordeste Goiano, do ponto de vista da participação no montante da produção agrícola do Estado, especialmente aqueles produtos com interesses no mercado internacional, é inexpressivo, fato que tem uma justificativa histórica diretamente ligada à incorporação de espaços produtivos no Estado de Goiás.

ARRAIS, Tadeu Pereira Alencar. Goiás: novas regiões, ou novas formas de olhar velhas regiões. 2002. *Observatório Geográfico de Goiás*, p. 16. Disponível em: <[https://portais.ufg.br/up/215/o/arraais\\_tadeu\\_alencar\\_goi\\_s\\_novas\\_regi\\_es.pdf](https://portais.ufg.br/up/215/o/arraais_tadeu_alencar_goi_s_novas_regi_es.pdf)>. Acesso em: 3 jan. 2018.

As diferenças entre as regiões estão diretamente relacionadas à

- (A) ampliação comercial no Sudoeste e agroindústria no Nordeste.
- (B) expansão agrícola no Sudoeste e pecuária extensiva no Nordeste.
- (C) agricultura de subsistência no Sudoeste e industrialização do Nordeste.
- (D) extração mineral no Sudoeste e mecanização da agricultura no Nordeste.

**— QUESTÃO 25 —**

Leia o fragmento.

Na virada dos anos 2000, algo despontou no interior de Goiás. O movimento dos astros, a força dos cristais e maracás, o chamado das comunidades tradicionais, povos indígenas e remanescentes quilombolas e a benção de São Jorge, o santo guerreiro que cedeu seu nome à vila de ex-garimpeiros localizada na entrada do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, propiciaram a criação do Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros pela Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, na época com pouco mais de dois anos de existência.

Disponível em: <<http://www.encontrodeculturas.com.br/2017/encontro/encontro-de-culturas>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

O evento referido no documento foi criado há dezessete anos com o objetivo de

- (A) criar um espaço de comercialização da produção artesanal dos grupos tradicionais.
- (B) explorar as atividades folclóricas tradicionais na realização do turismo local.
- (C) promover a inclusão dos povos tradicionais no sistema produtivo regional.
- (D) fortalecer a riqueza do patrimônio imaterial dos sujeitos tradicionais.

**— RASCUNHO —****— RASCUNHO —**



**— QUESTÃO 26 —**

A relação entre indivíduo e ambiente é estudada na Escola Canadense de Mídia. Para esta corrente de pensamento,

- (A) o meio é a mensagem – um determinado meio condiciona a mensagem a ser transmitida e isso ocorre porque cada meio de comunicação utiliza-se de uma forma, um conteúdo e um significado, isto é, uma linguagem específica.
- (B) o meio é a mensagem – um determinado meio condiciona a mensagem a ser transmitida, fazendo prevalecer essa mensagem aos demais meios, seja na forma, seja no conteúdo, seja no significado, isto é, uma linguagem universal.
- (C) o meio é a mensagem – um determinado meio condiciona a mensagem a ser transmitida, fazendo prevalecer essa mensagem aos demais meios semelhantes, seja na forma, seja no conteúdo, seja no significado, isto é, uma linguagem específica.
- (D) o meio é a mensagem – um determinado meio condiciona a mensagem a ser transmitida, e isso ocorre porque todos os meios de comunicação utilizam-se da mesma forma, do mesmo conteúdo e do mesmo significado, isto é, uma linguagem universal.

**— QUESTÃO 27 —**

Nos estudos da Escola Canadense de Mídia, os meios são classificados em meios quentes e meios frios. Assim,

- (A) os meios quentes são aqueles que têm uma expressiva quantidade de informações; já os meios frios são aqueles que têm uma pequena quantidade de informações.
- (B) os meios quentes são aqueles que têm uma expressiva quantidade de informações, enquanto os meios frios são aqueles que exigem do receptor a utilização de vários sentidos ao mesmo tempo.
- (C) os meios quentes são aqueles que exigem do receptor uma reduzida utilização dos sentidos, e os meios frios são aqueles que exigem do receptor a utilização de vários sentidos ao mesmo tempo.
- (D) os meios quentes são aqueles que possuem uma expressiva quantidade de informações e exigem dos receptores uma reduzida utilização dos sentidos; já os meios frios são aqueles que têm uma reduzida quantidade de informações, exigindo do receptor todos os sentidos.

**— QUESTÃO 28 —**

No paradigma linguístico semiótico, os principais conceitos-chave são: os signos, a linguagem e a semiótica. Os signos configuram-se como elementos que comportam os significados e os sentidos,

- (A) modificando sistematicamente o modo como uma comunicação é recebida e entendida.
- (B) modificando (ou não) o modo como uma comunicação é recebida e entendida.
- (C) modificando periodicamente o modo como uma comunicação é recebida e entendida.
- (D) modificando uma única vez o modo como uma comunicação é recebida e entendida.

**— QUESTÃO 29 —**

O conceito de *televidência* desenvolvido no âmbito dos Estudos Culturais Latino-americanos explica que o processo comunicativo não se limita à questão da emissão, mas também à

- (A) recepção, na audiência, no momento em que é realizada a experiência com aquilo que foi vivenciado no ato da comunicação.
- (B) recepção, no momento em que é realizada a experiência com aquilo que foi vivenciado no ato da comunicação.
- (C) audiência, no momento em que é realizada a experiência com aquilo que foi vivenciado no ato da comunicação.
- (D) recepção e da audiência, no momento em que é realizada a experiência com aquilo que foi vivenciado no ato da comunicação.

**— QUESTÃO 30 —**

O modelo simétrico de duas mãos de relações públicas baseia suas ações na pesquisa, em que a organização utiliza

- (A) os resultados e a comunicação como forma de mediar os seus relacionamentos, tendo em vista a melhoria do entendimento com seus públicos, além de facilitar a gestão de conflitos.
- (B) os resultados como forma de mediar os seus relacionamentos, tendo em vista a melhoria do entendimento com seus públicos, além de facilitar a gestão de conflitos.
- (C) os resultados como forma de analisar seus relacionamentos, tendo em vista a melhoria do entendimento com seus públicos, além de facilitar a gestão de conflitos.
- (D) os resultados para comunicar e mediar os seus relacionamentos, tendo em vista a melhoria do entendimento com seus públicos, além de facilitar a gestão de conflitos.

**— QUESTÃO 31 —**

No modo de produção capitalista, as ações de relações públicas encontram no paradigma da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, em razão das atividades da área,

- (A) a passividade dos públicos.
- (B) a resistência dos públicos.
- (C) a convivência dos públicos.
- (D) a permissividade dos públicos.

**— QUESTÃO 32 —**

A noção de *stakeholders* utilizada nas atividades de relações públicas divide os públicos em três grandes categorias:

- (A) públicos essenciais – ligados à organização de modo jurídico; públicos não essenciais – que participam das atividades-meio; públicos de interferência – que compreendem os públicos do ambiente mercadológico da organização.
- (B) públicos essenciais – ligados à organização de modo mercadológico; públicos não essenciais – que participam das atividades jurídicas; públicos de interferência – que compreendem os públicos do ambiente externo à organização.
- (C) públicos essenciais – ligados à organização de modo mercadológico; públicos não essenciais – que participam das atividades-meio; públicos de interferência – que compreendem os públicos do ambiente externo à organização.
- (D) públicos essenciais – ligados à organização de modo jurídico; públicos não essenciais – que participam das atividades-meio; públicos de interferência – que compreendem os públicos do ambiente externo à organização.

**— QUESTÃO 33 —**

A comunicação integrada na perspectiva das relações públicas se caracteriza como uma filosofia que converge em quatro grandes áreas:

- (A) comunicação interna; comunicação funcional; comunicação mercadológica e comunicação institucional.
- (B) comunicação interna; comunicação administrativa; comunicação publicitária e comunicação institucional.
- (C) comunicação interna; comunicação administrativa; comunicação mercadológica e comunicação institucional.
- (D) comunicação interna; comunicação funcional; comunicação de marketing e comunicação institucional.

**— QUESTÃO 34 —**

No contexto da comunicação organizacional, as relações públicas têm quatro funções, a saber:

- (A) função administrativa; função comunicativa; função mediadora e função política.
- (B) função administrativa; função estratégica; função mercadológica e função política.
- (C) função administrativa; função estratégica; função mercadológica e função comunicativa.
- (D) função administrativa; função estratégica; função mediadora e função política.

**— QUESTÃO 35 —**

No âmbito do planejamento estratégico, o planejamento de relações públicas assume um papel também estratégico e, para tanto, valoriza o processo baseando-se em pesquisas e em casos reais que reflitam

- (A) a realidade da organização.
- (B) a realidade das organizações concorrentes.
- (C) a realidade das demais organizações do mercado em que atua.
- (D) a realidade da organização e das organizações concorrentes.

**— QUESTÃO 36 —**

A arquitetura das organizações modernas exige que o desenvolvimento de atividades de relações públicas se inicie pelo estabelecimento de uma nova arquitetura organizacional que permita

- (A) desenvolver e administrar pessoas, projetos e planos, tendo em vista o desenvolvimento de objetivos propostos.
- (B) desenvolver e administrar pessoas e projetos, tendo em vista o desenvolvimento de objetivos propostos.
- (C) desenvolver e administrar pessoas e planos, tendo em vista o desenvolvimento de objetivos propostos.
- (D) desenvolver e administrar projetos, tendo em vista o desenvolvimento de objetivos propostos.

**— QUESTÃO 37 —**

A comunicação mediada por novas tecnologias em geral busca propiciar a uma organização novas formas de interação com seus públicos e, para tanto, deve observar duas propriedades estruturais:

- (A) a potencialização da interatividade com os públicos e a convergência de ações possíveis em um mesmo dispositivo de comunicação.
- (B) a potencialização da interatividade com os públicos e a convergência das mídias em um mesmo dispositivo de comunicação.
- (C) a potencialização da interatividade com os públicos e a convergência das mídias em um mesmo dispositivo de comunicação, associando-as a um conjunto de ações possíveis.
- (D) a potencialização da interatividade com os públicos e a convergência das mídias em um mesmo dispositivo de comunicação, associando-as a um conjunto de ações possíveis também convergentes.

**— QUESTÃO 38 —**

A pesquisa de opinião em relações públicas serve a três funções:

- (A) confirmar suposições e palpites a respeito do que se pensa sobre a opinião pública; clarificar questões nas quais as informações são confusas ou quando se encontram contraditórias; reorientar pensamentos ou conceitos a respeito de um problema de relações públicas.
- (B) confirmar suposições e palpites a respeito do estado da opinião pública; clarificar questões, sobretudo quando há muitas informações ou quando se encontram contraditórias; reorientar pensamentos ou conceitos a respeito de um problema de relações públicas.
- (C) confirmar suposições e palpites a respeito do estado da opinião pública; clarificar questões nas quais há pouca quantidade de informações ou quando se encontram contraditórias; reorientar pensamentos ou conceitos a respeito de um problema de relações públicas.
- (D) confirmar suposições e palpites a respeito do estado da opinião pública; clarificar questões nas quais as informações são contraditórias ou quando se encontram contraditórias; oferecer dados, informações ou conceitos a respeito de um problema de relações públicas.

**— QUESTÃO 39 —**

A interdependência entre o marketing e as relações públicas varia de intensidade em razão dos objetivos do negócio, do tipo de público, do caráter da comunicação e da mensagem e da natureza da transação. Para compreender esta interdependência, as organizações classificam-se em

- (A) organizações do primeiro setor; organizações de prestação de serviços; organizações de pequeno porte e organizações de grande porte.
- (B) organizações sem fins lucrativos; organizações de prestação de serviços; organizações de pequeno porte e organizações de grande porte.
- (C) organizações sem fins lucrativos; organizações de prestação de serviços; organizações de médio porte e organizações de grande porte.
- (D) organizações do primeiro setor; organizações de prestação de serviços; organizações de pequeno porte e organizações de grande porte do terceiro setor.

**— QUESTÃO 40 —**

Uma das principais funções das relações públicas é a inteligência empresarial que consiste em transformar dados difusos em conhecimento estratégico e requer planejamento de comunicação alinhado aos objetivos organizacionais, buscando a eficácia na interação com

- (A) os stakeholders.
- (B) os formadores de opinião.
- (C) os clientes.
- (D) o mercado.

**— QUESTÃO 41 —**

No âmbito das relações públicas comunitárias, o retorno social institucional pode ser mensurado quando os consumidores reconhecem as atitudes da empresa; a empresa vira notícia; a marca é potencializada,

- (A) os públicos são cativados; assegura a lealdade dos colaboradores; obtém a fidelidade dos clientes e conquista novos mercados.
- (B) as ações são valorizadas; assegura a lealdade dos colaboradores; obtém a fidelidade dos clientes e conquista novos mercados.
- (C) a identidade é reforçada; assegura a lealdade dos colaboradores; obtém a fidelidade dos clientes e conquista novos mercados.
- (D) a imagem é reforçada; assegura a lealdade dos colaboradores; obtém a fidelidade dos clientes e conquista novos mercados.

**— QUESTÃO 42 —**

A comunicação desenvolvida pelo profissional de relações públicas no âmbito das organizações do terceiro setor podem ser classificadas em:

- (A) comunicação mobilizadora – dirigida aos públicos beneficiários e/ou sujeitos da ação e a comunicação institucional – da organização para com os demais públicos e a sociedade.
- (B) comunicação mobilizadora – dirigida aos públicos beneficiários e/ou sujeitos da comunidade e a comunicação institucional – da organização para com os demais públicos e a sociedade.
- (C) comunicação mobilizadora – dirigida aos públicos beneficiários e/ou membros da cúpula e a comunicação institucional – da organização para com os demais públicos e a membros da sociedade organizada.
- (D) comunicação mobilizadora – dirigida aos públicos beneficiários e/ou sujeitos da ação e comunicação institucional – da organização para com os demais públicos e parte da sociedade civil organizada.

**— QUESTÃO 43 —**

A comunicação comunitária pode ser compreendida e identificada como aquela que se liga

- (A) aos movimentos sociais, às organizações, cuja razão de existir é diferente daquelas que regem o mercado e cuja finalidade é ampliar e democratizar a cidadania e favorecer o desenvolvimento comunitário e da pessoa, integralmente.
- (B) aos movimentos de classe e às organizações, cuja razão de existir é diferente daquelas que regem o mercado e cuja finalidade é ampliar e democratizar a cidadania e favorecer o desenvolvimento comunitário e da pessoa, integralmente.
- (C) aos movimentos sindicais e às organizações, cuja razão de existir é diferente daquelas que regem o mercado e cuja finalidade é ampliar e democratizar a cidadania e favorecer o desenvolvimento comunitário e da pessoa, integralmente.
- (D) aos movimentos culturais e às organizações, cuja razão de existir é diferente daquelas que regem o mercado e cuja finalidade é ampliar e democratizar a cidadania e favorecer o desenvolvimento comunitário e da pessoa, integralmente.

**— QUESTÃO 44 —**

No planejamento de relações públicas, as organizações são classificadas conforme a área de interesse e de atuação e, para tanto, são agrupadas em

- (A) organizações do primeiro setor – empresas públicas em âmbito municipal e estadual; organizações do segundo setor – empresas privadas de qualquer natureza, autarquias federais e organizações do terceiro setor – sem fins lucrativos.
- (B) organizações do primeiro setor – empresas públicas em âmbito municipal; organizações do segundo setor – empresas privadas de qualquer natureza, autarquias federais e organizações do terceiro setor – sem fins lucrativos.
- (C) organizações do primeiro setor – empresas públicas em âmbito municipal e estadual; organizações do segundo setor – empresas privadas de qualquer natureza e organizações do terceiro setor – empresas sem fins lucrativos e autarquias federais.
- (D) organizações do primeiro setor – empresas públicas em âmbito municipal, estadual e federal; organizações do segundo setor – empresas privadas de qualquer natureza e organizações do terceiro setor – sem fins lucrativos.

**— RASCUNHO —**

**— QUESTÃO 45 —**

Na contemporaneidade, as ações de relações públicas utilizam em larga escala a web como lugar privilegiado de atuação. Neste sentido, para o profissional de relações públicas, a web se consolidou em gerações, a saber:

- (A) web 1.0 – caracterizada pelas páginas HTML, linguagem digital limitada e portais com interação ativa e reativa; web 2.0 – caracterizada por potencializar publicações, compartilhamentos e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação; web 3.0 – caracterizada pelo surgimento das redes sociais digitais, serviços empresariais on-line, sistemas de GPS e aumento de etiquetas inteligentes.
- (B) web 1.0 – caracterizada pelas páginas HTML, linguagem digital limitada e portais com interação ativa; web 2.0 – caracterizada por potencializar publicações, compartilhamentos e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação; web 3.0 – caracterizada pelo surgimento das redes sociais digitais, serviços empresariais on-line, sistemas de GPS e aumento de etiquetas inteligentes.
- (C) web 1.0 – caracterizada pelas páginas HTML, linguagem digital limitada e portais com interação passiva; web 2.0 – caracterizada por potencializar publicações, compartilhamentos e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação; web 3.0 – caracterizada pelo surgimento das redes sociais digitais, serviços empresariais on-line, sistemas de GPS e aumento de etiquetas inteligentes.
- (D) web 1.0 – caracterizada pelas páginas HTML, linguagem digital limitada e portais com interação reativa; web 2.0 – caracterizada por potencializar publicações, compartilhamentos e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação; web 3.0 – caracterizada pelo surgimento das redes sociais digitais, serviços empresariais on-line, sistemas de GPS e aumento de etiquetas inteligentes.

**— QUESTÃO 46 —**

O estabelecimento e a manutenção de relacionamentos duradouros com os públicos de interesse, desenvolvidos pela comunicação dirigida, após o advento da internet e o surgimento de suas plataformas, alteraram a funcionalidade das mídias tradicionais, tais como releases, malas diretas, folders, anúncios e campanhas publicitárias e sua materialidade foi reconstruída, assumindo

- (A) novos formatos e novos conteúdos.
- (B) novos formatos e novas linguagens.
- (C) novos conteúdos e novas plataformas.
- (D) novas linguagens e novas plataformas.

**— QUESTÃO 47 —**

As relações públicas de marketing são convergentes em conceitos e diferentes em metodologias. Entretanto, ambas as áreas reconhecem a importância das atitudes, das percepções e

- (A) da identidade, que deve ser transformada em conceito.
- (B) da imagem, que deve ser transformada em conceito.
- (C) da marca, que deve ser transformada em conceito.
- (D) da comunicação, que deve ser transformada em conceito.

**— QUESTÃO 48 —**

A pesquisa de opinião no contexto das organizações objetiva resultados específicos que subsidiam as ações de relações públicas e objetiva conhecer em que extensão os públicos estão informados; saber como pensam e reagem diante de uma decisão; prever qual atitude dos públicos em relação às ações desenvolvidas pela organização; julgar o que pensam e esperam; apreciar quais as necessidades dos públicos e admitir e delimitar as áreas de ignorância dos públicos, indagando-os se estão dispostos a pagar por

- (A) serviços extras.
- (B) melhores serviços.
- (C) melhores produtos.
- (D) garantias adicionais.

**— QUESTÃO 49 —**

As atividades desenvolvidas pelas relações públicas para conseguir apoio público, por meio de ampla divulgação das realizações e dos planos das organizações do primeiro setor, são denominadas de

- (A) relações públicas comunitárias.
- (B) relações públicas internacionais.
- (C) relações públicas institucionais.
- (D) relações públicas governamentais.

**— QUESTÃO 50 —**

No âmbito da comunicação governamental, a atividade de relações públicas permite a realização de uma comunicação de mão dupla, em que os receptores também são ouvidos, podendo ter acesso às decisões governamentais, fazendo parte

- (A) da vida pública.
- (B) da vida comunitária.
- (C) das políticas públicas.
- (D) da administração pública.

**— QUESTÃO 51 —**

É tarefa das relações públicas governamentais fazer com que a relação governo-cidadão seja produtiva a ponto de permitir que o trabalho da organização possa atender o seu público, mesmo se tratando de

- (A) relações antagônicas.
- (B) relações pacificadoras.
- (C) relações consensuais.
- (D) relações conflituosas.

**— QUESTÃO 52 —**

É no âmbito das relações públicas governamentais que o planejamento de RP busca atingir os públicos por meio de canais de comunicação eficientes entre governo e cidadãos, implementando uma visão ampla do exercício da cidadania em tudo o que fizer, a começar pelas atividades destinadas

- (A) ao público interno.
- (B) ao público externo.
- (C) ao público misto.
- (D) aos stakeholders.

**— QUESTÃO 53 —**

O público valoriza uma determinada informação e descarta outra frente às inúmeras informações divulgadas pelos diversos veículos de comunicação, dando importância, atribuindo ênfase a uma determinada informação. Esta é uma proposição da

- (A) teoria hipodérmica.
- (B) hipótese da agenda setting.
- (C) espiral do silêncio.
- (D) escola de Palo Alto.

**— QUESTÃO 54 —**

O uso da internet cria um novo fôlego e uma nova força diante das transformações causadas pela rede, estabelecendo uma cultura tecnológica, um novo ambiente de sociabilidade e interação entre os públicos. Este fenômeno denomina-se:

- (A) ciberespaço.
- (B) aldeia global.
- (C) cibercultura.
- (D) convergência midiática.

**— QUESTÃO 55 —**

A mensuração dos resultados das atividades de relações públicas pode ser realizada por dois caminhos:

- (A) contabilidade — uma atividade organizacional possui valor se a receita cresce; relacionamentos — o comportamento dos diversos públicos afeta o desempenho das organizações, evitando crises onerosas, litígios e má publicidade.
- (B) contabilidade — uma atividade organizacional possui valor se a receita cresce independente das despesas; relacionamentos — o comportamento dos diversos públicos afeta o desempenho das organizações, evitando crises onerosas e má publicidade.
- (C) contabilidade — uma atividade organizacional possui valor se a receita cresce independente do investimento; relacionamentos — o comportamento dos diversos públicos afeta o desempenho das organizações, evitando crises onerosas, litígios e má publicidade.
- (D) contabilidade — uma atividade organizacional possui valor se a receita cresce independente das despesas e dos impostos; relacionamentos — o comportamento dos diversos públicos afeta o desempenho das organizações, evitando crises onerosas, litígios e má publicidade.

**— QUESTÃO 56 —**

Os oito princípios de relações públicas, segundo a perspectiva da escola norte-americana, são:

- (A) empoderamento das atividades de relações públicas; papéis; organização da função de comunicação; modelos; características de programas individuais; ativismo e contexto ambiental para a excelência e contexto ambiental das relações públicas excelentes.
- (B) empoderamento da função de relações públicas; papéis; organização da função de comunicação; modelos; características de programas individuais; ativismo e contexto ambiental para a excelência e contexto ambiental das relações públicas excelentes.
- (C) empoderamento do cargo de relações públicas; papéis; organização da função de comunicação; modelos; características de programas individuais; ativismo e contexto ambiental para a excelência e contexto ambiental das relações públicas excelentes.
- (D) empoderamento do perfil profissional do relações públicas; papéis; organização da função de comunicação; modelos; características de programas individuais; ativismo e contexto ambiental para a excelência e contexto ambiental das relações públicas excelentes.

**— QUESTÃO 57 —**

Os grupos de pessoas que pensam e refletem sobre problemas colocados na discussão pública, pressupondo uma ação racional, são denominados de

- (A) público.
- (B) massa.
- (C) multidão.
- (D) audiência.

**— QUESTÃO 58 —**

De acordo com a Lei n. 11.445/2007, são objetivos da Política Federal de Saneamento Básico:

- (A) minimizar os impactos ambientais relacionados à implantação e ao desenvolvimento das ações, obras e serviços de saneamento básico e assegurar que sejam executadas de acordo com as normas relativas à proteção do meio ambiente, ao uso e ocupação do solo e à saúde.
- (B) promover o subdesenvolvimento institucional do saneamento básico, estabelecendo meios para a unidade e articulação das ações dos diferentes agentes, bem como do desenvolvimento de sua organização, capacidade técnica, gerencial, financeira e de recursos humanos, contempladas as especificidades do Distrito Federal.
- (C) priorizar planos, programas e projetos que visem à implantação e ampliação dos serviços e ações de saneamento básico nas áreas ocupadas por populações de alto poder aquisitivo.
- (D) estimular a implementação de infraestruturas e serviços comuns a Municípios, mediante mecanismos de cooperação entre o Distrito Federal e a União, sem abrangência dos estados-membros.

**— QUESTÃO 59 —**

O Sistema Nacional de Informações em Saneamento Básico (Sinisa) tem como objetivo:

- (A) coletar e sistematizar dados relativos às condições da prestação dos serviços públicos de saneamento básico, por exigência constitucional expressa.
- (B) disponibilizar estatísticas, indicadores e outras informações relevantes para a caracterização da demanda e da oferta de serviços públicos de saneamento básico em todo território nacional.
- (C) permitir o desmonitoramento da eficiência e da eficácia da prestação dos serviços de saneamento básico de todas as regiões do Brasil.
- (D) ceder informações aos diretores, inspetores e autoridades, diretamente ligados ao projeto de saneamento, pois é proibida a publicidade, inclusive, por meio eletrônico, por se tratar de assunto de interesse nacional e de caráter sigiloso.

**— QUESTÃO 60 —**

As empresas públicas e as sociedades de economia mista deverão observar, no mínimo, os seguintes requisitos de transparência:

- (A) elaboração de carta mensal, subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas pela empresa pública, pela sociedade de economia mista e por suas subsidiárias, em atendimento ao interesse coletivo ou ao imperativo de segurança regional que justificou a autorização para suas respectivas criações, com definição clara dos recursos a serem empregados para esse fim, bem como dos impactos econômico-financeiros da consecução desses objetivos, mensuráveis por meio de indicadores subjetivos.
- (B) divulgação intempestiva e atualizada de informações relevantes, em especial as relativas a atividades desenvolvidas, estrutura de controle, fatores de risco, dados econômico-financeiros, dispensando o desempenho de políticas e práticas de governança corporativa e descrição da composição e da remuneração da administração.
- (C) divulgação, em nota explicativa às demonstrações financeiras, dos dados operacionais e financeiros das atividades relacionadas à consecução dos fins de interesse coletivo ou de segurança nacional, dispensando a elaboração e divulgação da política de transações com partes relacionadas, com base nos requisitos de competitividade, conformidade, transparência, equidade e comutatividade, que deverá ser revista, no mínimo, bimestralmente, e aprovada pelo Conselho de Administração.
- (D) ampla divulgação, ao público em geral, de carta anual de governança corporativa, que consolide em um único documento escrito, em linguagem clara e direta, as informações conforme a legislação vigente e, inclusive, a divulgação anual de relatório integrado ou de sustentabilidade.

**PROVA DISCURSIVA****— QUESTÃO 01 —**

A Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) foi criada pelo Governo Federal em 1º de junho de 1942, com o objetivo de explorar minério de ferro no estado de Minas Gerais, e privatizada em 7 de maio de 1997, quando o Consórcio Brasil, liderado pela Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), adquiriu 41,73% das ações ordinárias por US\$ 3,338 bilhões. Atualmente, o valor de mercado da Companhia, com a aquisição da Inco, em 2006, é de US\$ 77 bilhões, e o grupo de acionistas controladores tem participação de investidores institucionais nacionais e estrangeiros, além de empregados da empresa. A CVRD é considerada a maior mineradora diversificada das Américas; a segunda maior do mundo; a maior prestadora de serviços de logística do Brasil. É líder mundial no mercado de minério de ferro e responsável pelo maior programa de pesquisa geológica já realizado no país. É, ainda, a empresa que mais contribui para o superávit da balança comercial brasileira. Controla a maior usina de minério de ferro, em capacidade inicial de produção, sendo proprietária da segunda maior em produção e primeira em termos de reservas de níquel do mundo. Isso indica crescimento, expansão e excelência como metas da organização. A companhia está presente em 14 estados brasileiros e em todos os continentes e, apesar de ainda ser mais conhecida pela produção e exportação de minérios de ferro, hoje, é diversificada, com negócios também nas áreas de energia, carvão, produção de alumínio, manganês e ferro-liga e beneficiamento de cobre, bauxita, potássio e caulim. Seus produtos estão nos eletrodomésticos, computadores, utensílios de cozinha, carros e aviões, embora se acredite que isso não seja percebido pelos usuários. No Brasil, o minério de ferro é explorado em dois sistemas produtivos integrados: “Sistema Norte”, formado pelo Complexo Minerador da Serra dos Carajás, no Pará, Estrada de Ferro Carajás (Maranhão-Pará), Terminal Marítimo de Ponta da Madeira e Usina de Pelotização, localizados em São Luís (MA). O “Sistema Sul” é composto de quatro complexos mineradores – Itabira, Mariana, Minas Centrais e Minas do Oeste, que englobam mais de 15 minas no Quadrilátero Ferrífero (MG); Estrada de Ferro Vitória a Minas; Complexo Portuário de Tubarão e Complexo de Usinas de Pelotização, em Vitória (ES). A meta da CVRD é buscar oportunidades que estejam em sintonia com sua estratégia de crescimento, garantindo novos negócios para o futuro, retorno aos seus acionistas e equilibrando os desenvolvimentos econômico, social e ambiental.

Ao reorganizar o Departamento de Comunicação Institucional (DICI), em 2001, a CVRD iniciou o processo de reconfiguração da comunicação, com o objetivo de ampliar a contribuição estratégica do departamento ao negócio da companhia, baseado em suporte metodológico, técnico e científico. O DICI está estruturado para atender aos negócios da empresa – logística, mineração, novos negócios e energia e contemplar a “geografia” da empresa, com gerências de comunicação para cada regional. Assim, a CVRD pretende atender às especificidades de cada negócio e a interlocução e adequações necessárias em níveis local, regional, nacional e global. Com a aquisição da Inco, somaram-se mais 11 mil empregados (do Canadá) aos 38.000 empregados próprios da empresa, ampliando a diversidade cultural e de idioma, levando-a a discutir sua estratégia de comunicação, para atender ao novo cenário organizacional.

Considerando a situação apresentada, quais estratégias de comunicação integrada são necessárias para atender às novas demandas da CVRD em relação aos seus públicos, observando-se a grandiosidade da empresa?

**(20 pontos)**



**— QUESTÃO 02 —**

A Alemanha não chegou somente com o intuito de participar da copa no Brasil. Ela veio com uma proposta social, muito além de alcançar o título de melhores jogadores do mundo. Na verdade, os alemães pretendiam conquistar o povo brasileiro. Os alemães chegaram ao Brasil com uma proposta inovadora, romperam com paradigmas e transformaram uma imagem de apenas jogadores de futebol para pessoas humanas, cidadãos, aproximando o esporte a uma causa social, vendendo e fortalecendo uma marca no país. Antes da Copa, os alemães adquiriram um terreno e construíram um hotel para a seleção ficar hospedada durante o evento – que inicialmente pareceu um pouco pretensioso por parte deles esse tipo de atitude, já que a rede hoteleira brasileira está equipada para hospedar os atletas. A equipe alemã ficou instalada, por trinta e cinco dias, em Santo André, município de Santa Cruz Cabrália, no sul do estado da Bahia. Durante sua estadia, treinaram num campo de futebol construído, sobretudo, para a Copa. No período em que a seleção alemã esteve no país, quando não estava treinando e nem competindo com outras seleções, aproveitava para se integrar à região e conquistar os moradores. Tanto na cidade quanto na praia, visitava comunidades carentes, interagia com o povo local para conhecer a cultura, costumes e estabelecia um programa de relacionamento com a população. Sendo assim, a imagem de uma Alemanha fria era substituída por uma Alemanha humana, composta de pessoas. Após o término da Copa, os alemães doaram o campo de futebol para os moradores. Além disso, disponibilizaram uma ajuda financeira de um pouco mais de trinta mil reais para a comunidade indígena pataxó comprar uma ambulância. Os jogadores foram à Escola Municipal Santo André e doaram uma camiseta autografada pelos atletas e mais sete bicicletas, além de comprometerem-se a fazer doações no valor de sessenta mil reais, por mais ou menos três anos, para o desenvolvimento de um projeto social para a escola.

Com base nas ações desenvolvidas pela Alemanha, quando da realização da Copa do Mundo de Futebol de 2014, descreva que finalidade a nação alemã desejava alcançar em relação a sua estadia no Brasil, por intermédio da equipe nacional de futebol do país, quando adotou e desenvolveu ações de caráter social?

**(20 pontos)**



