ALGÁS – GÁS DE ALAGOAS S.A.

PROCESSO SELETIVO PÚBLICO

ALGÁS
Gás de Alagoas S.A.

PROVA TIPO 1

2014

ALGÁS | (Edital nº 001/2014)

Cargo (Nível Superior):

Código 10

ANALISTA DE PROCESSOS ORGANIZACIONAIS

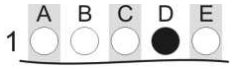
Comunicação Social com habilitação em Jornalismo ou Relações Públicas

Prova de Português, Raciocínio Lógico e Conhecimentos Específicos

CADERNO DE QUESTÕES

INSTRUÇÕES GERAIS

1. Este **Caderno de Questões** somente deverá ser aberto quando for autorizado pelo Fiscal.
2. **Antes de iniciar** a prova, **confira** se o **tipo** da prova do **Caderno de Questões** é o mesmo da **etiqueta da banca** e da **Folha de Respostas** de questões objetivas.
3. Ao ser autorizado o início da prova, verifique se a numeração das questões e a paginação estão corretas. Verifique também se contém **60 (sessenta)** questões objetivas com 5 (cinco) alternativas cada. Caso contrário, comunique imediatamente ao Fiscal.
4. O tempo disponível para esta prova é de **3 horas e 30 minutos**. Faça-a com tranquilidade, mas **controle seu tempo**. Esse **tempo** inclui a marcação da **Folha de Respostas** de questões objetivas.
5. Você somente poderá sair em definitivo do Local de Prova depois de decorridas **2 horas** do início da aplicação.
6. Na **Folha de Respostas** de questões objetivas, confira seu **nome**, **número do seu documento de identificação**, **tipo de prova** e **cargo escolhido**.
7. Em hipótese alguma lhe será concedida outra **Folha de Respostas** de questões objetivas.
8. Preencha a **Folha de Respostas** de questões objetivas utilizando caneta esferográfica de tinta azul ou preta. Na **Folha de Respostas** de questões objetivas, preencha completamente o círculo correspondente à alternativa escolhida, conforme modelo:



9. Será atribuído o valor ZERO à questão que contenha na **Folha de Respostas** de questões objetivas: dupla marcação, marcação rasurada, emendada ou com "X", não preenchida totalmente ou que não tenha sido transcrita.
10. A correção da prova objetiva será efetuada de forma eletrônica, considerando-se apenas o conteúdo da **Folha de Respostas** de questões objetivas.
11. Caso a Comissão julgue uma questão como sendo nula, os pontos serão atribuídos a todos os candidatos.
12. Não será permitida qualquer espécie de consulta.
13. Ao terminar a prova, **devolva** ao **Fiscal** de Sala este **Caderno de Questões**, juntamente com a **Folha de Respostas** de questões objetivas, e **assine a Lista de Presença**.
14. Na sala que apresentar apenas 1 (um) Fiscal, os 3 (três) últimos candidatos somente poderão ausentar-se da sala juntos, após a **assinatura** da **Ata de Encerramento** de provas.
15. **Assine** neste Caderno de Questões e **coloque** o número do seu documento de identificação (RG, CNH etc.).

Boa Prova!

N. do doc. de identificação (RG, CNH etc.):

Assinatura do(a) candidato(a):

FUNDEPES

Maceió - AL, 8 de junho de 2014.

COPEVE
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
Você confia no resultado!

PORTUGUÊS

A questão 1 refere-se à tirinha abaixo.

Disponível em: <http://vidadeleiturista.blogspot.com.br>. Acesso em: 5 maio 2014.

1. No trecho "Leitura do livro!", presente no balão do último quadrinho, o ponto de exclamação revela um efeito

A) de dúvida do leitor, que não sabe quem bate à porta.
B) de irritação do leitor, que não quer ser interrompido.
C) de cansaço do leitor, pelo longo período de leitura.
D) de alegria do leitor, por ter terminado a leitura.
E) de surpresa do leitor, pela visita inesperada.

A questão 2 refere-se à charge abaixo.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/>. Acesso em: 12 maio 2014.

2. Dadas as afirmativas a respeito da concordância do verbo "colocou",

I. A forma verbal "colocou" está na terceira pessoa do singular, uma vez que o sujeito é o pronome relativo "quem".
II. Uma vez que o sujeito é o pronome relativo "quem", a forma verbal poderia estar também na 1ª pessoa do singular (coloquei), concordando com o antecedente do pronome relativo.
III. Caso o pronome relativo "quem" fosse substituído pelo pronome "que", haveria necessidade de adequação da forma verbal, a qual passaria para a 1ª pessoa do singular (coloquei).

verifica-se que está(ão) correta(s)

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

A questão 3 refere-se ao fragmento abaixo.

Ouviu-se um forte sibilo, que foi acompanhado por um bramido da fera; a pequena seta despedida pelo índio se cravara na orelha, e uma segunda, açoitando o ar, ia ferir-lhe a mandíbula inferior.

ALENCAR, José. *O guarani*. São Paulo: Ática, 1991.

3. Em relação às estruturas linguísticas, assinale a alternativa correta.

A) O termo "um forte sibilo" é sujeito simples.
B) O "lhe" em "ferir-lhe a mandíbula" é objeto indireto.
C) O "se" em "se cravara na orelha" é pronome reflexivo.
D) O "que" em "que foi acompanhado" é conjunção integrante.
E) O "se" em "Ouviu-se um forte sibilo" é indicador de sujeito indeterminado.

A questão 4 refere-se ao texto abaixo.

Dança da chuva

senhorita chuva
me concede a honra
desta contradança
e vamos sair
por esses campos
ao som desta chuva
que cai sobre o teclado

Paulo Leminski – *Toda Poesia*. 2013.

4. O termo "chuva", sublinhado, utilizado pelo poeta no primeiro e sexto versos, é polissêmico porque

A) tem significado único no texto.
B) tem mais de um significado no texto.
C) as ocorrências têm sentido denotativo.
D) as ocorrências têm relação de sinonímia.
E) as ocorrências têm relação de antonímia.

5. As orações que compõem o período: "Disciplina é liberdade; compaixão é fortaleza; ter bondade é ter coragem." são

A) subordinadas adjetivas.
B) coordenadas sindéticas.
C) subordinadas adverbiais.
D) coordenadas assindéticas.
E) subordinadas substantivas.

A questão 6 refere-se ao texto abaixo.

Dobrando o cotovelo da estrada, Fabiano sentia distanciar-se um pouco dos lugares onde tinha vivido alguns anos; o patrão, o soldado amarelo e a cachorra Baleia esmoreceram no seu espírito.

Graciliano Ramos. *Vidas Secas*.

6. No trecho destacado, Graciliano Ramos se vale de um recurso estilístico conhecido como figura de linguagem, que é denominada de

A) anáfora.
B) hipérbole.
C) catacrese.
D) metonímia.
E) prosopopeia.

A questão 7 refere-se à tirinha abaixo.

Disponível em: <http//discidopedia.org/wiki/Recruta_Zero>. Acesso em: 1 maio 2014.

7. No primeiro quadro da tirinha, na fala do recruta Zero, há um problema de adequação à norma padrão. A reescrita, de acordo com a tradição gramatical, é:

A) Não jogo cartas com tu se tu não tirar a camisa, Cosme!

B) Não jogo cartas contigo se tu não tirar a camisa, Cosme!

C) Não jogo cartas contigo se tu não tirares a camisa, Cosme!

D) Não jogo carta com você se tu não tirares a camisa, Cosme!

E) Não jogo cartas consigo se você não tirardes a camisa, Cosme!

A questão 8 refere-se ao texto abaixo.

Eu não podia pensar nos outros porque não existiam outros. O mundo era uma gramática em branco. Só havia eu, e todos os verbos eram na primeira pessoa. Eu abri os olhos. Eu olhei em volta. Eu vi que estava no paraíso (do grego *paradeisos,* um jardim dos prazeres). Eu perguntei: o que devo fazer, Senhor?, e Deus me respondeu: Nada, apenas exista. E eu fui tomado pelo tédio. A primeira sensação humana.

VERÍSSIMO, Luís Fernando. *Orgias*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

8. Acerca de aspectos gramaticais do texto acima, assinale a alternativa correta.

A) O trecho “porque não existiam outros” pode ser também escrito corretamente “porque não haviam outros”.

B) A vírgula em “o que devo fazer, Senhor?” pode ser retirada da sentença, visto que não há justificativa para o uso.

C) No período “Eu vi que estava no paraíso”, a oração “que estava no paraíso” exerce a função sintática de sujeito.

D) No trecho “Só havia eu, e todos os verbos eram na primeira pessoa”, o uso da vírgula não se justifica, pois antes de conjunção aditiva não se utiliza vírgula.

E) O trecho “Eu abri os olhos. Eu olhei em volta. Eu vi que estava no paraíso” pode ser transformado num único período sem danos à norma culta: “Eu abri os olhos, olhei em volta e vi que estava no paraíso”.

A questão 9 refere-se ao texto abaixo.

Preço da cerveja

Pela segunda vez em menos de um mês, o governo elevou os impostos sobre a bebida. Com o repasse dos fabricantes, o preço do produto pode aumentar em até 10%.

VEJA. São Paulo: Ed. Abril, n. 19, 7 maio 2014.

9. Quanto ao emprego das vírgulas no texto é correto afirmar que

A) ambas foram utilizadas com a finalidade de separar o sujeito do predicado.

B) ambas apresentam a mesma finalidade: foram usadas para isolar orações adverbiais.

C) ambas apresentam a mesma finalidade: foram usadas para isolar adjuntos adverbiais deslocados.

D) a primeira vírgula foi empregada para indicar elipse verbal; a segunda, para assinalar orações adverbiais.

E) a primeira vírgula foi empregada a fim de desfazer ambiguidades; a segunda, na separação de orações.

A questão 10 refere-se ao texto abaixo.

O nexo entre o real e as imagens faz com que conceitos abstratos tornem-se vivos e inesquecíveis.

Literatura e Educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

10. No texto, o escritor Gabriel Perissê informa que

A) a lógica entre o real e as imagens acentua a abstração dos conceitos.

B) a incongruência entre o real e as imagens torna vivos os conceitos abstratos.

C) os conceitos abstratos são resultantes da existência de nexo entre o real e as imagens.

D) as associações entre o real e as imagens são formas conceituais subjetivas e inesquecíveis.

E) a associação lógica entre o real e as imagens transforma o conceito abstrato em algo plausível e inesquecível.

A questão 11 refere-se à tirinha abaixo.

Disponível em: <http://www.pinterest.com/pin/>. Acesso em: 15 maio 2014.

11. Considerando-se o enunciado do 1º balão com a conjunção “se” no lugar de “a menos que”, o efeito de sentido seria alterado de “esperança” para indicar

A) hipótese ou condição necessária.

B) consequência ou conclusão.

C) explicação enfática.

D) valor de atenuação.

E) valor comparativo.

A questão 12 refere-se ao texto abaixo.

Com o Sol

Essa que amo mora num sobrado
e o sol, que a quer também, para-se em frente
e até que o sol se canse e, enfim, se ausente;
a janela é deserta, e eu, desolado.

Marcelo Gama (adaptado).

12. Os "quês" destacados no poema exercem, respectivamente, as funções de

A) pronome relativo, pronome substantivo e preposição.
B) conjunção subordinativa concessiva, pronome adjetivo e partícula de realce.
C) pronome substantivo, pronome adjetivo e conjunção coordenativa explicativa.
D) pronome relativo, pronome relativo e conjunção subordinativa temporal.
E) conjunção integrante, pronome relativo e conjunção subordinativa consecutiva.

A questão 13 refere-se à estrofe abaixo.

Negras mulheres, suspendendo às tetas
Magras crianças, cujas bocas pretas
Rega o sangue das mães:
Outras, moças... mas nuas, espantadas,
No turbilhão de espectros arrastadas,
Em ânsia e mágoa vãs.

ALVES, Castro. Os escravos. In: *Obra Completa*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1986.

13. Se fosse retirado o acento grave de "às tetas", essa expressão exerceria a função sintática de

A) complemento nominal.
B) adjunto adverbial.
C) objeto indireto.
D) objeto direto.
E) sujeito.

A questão 14 refere-se ao texto abaixo.

Dia da água

Criado pela ONU em 1993, o Dia Mundial da Água foi uma tentativa de organizar os países membros para realizarem campanhas de conscientização sobre o consumo da água no mundo. Cada ano tem um tema específico, mas cabe aos países escolherem as ações a serem tomadas.

Galileu. São Paulo: Ed. Globo, mar. 2014.

14. A expressão destacada estabelece entre as orações uma relação semântica de

A) conclusão.
B) finalidade.
C) concessão.
D) causalidade.
E) consecutividade.

A questão 15 refere-se ao texto abaixo.

A potência da acupuntura

A acupuntura já se consagrou como método eficiente para aliviar dores. Agora, embasada por sólidas pesquisas científicas realizadas em todo mundo, suas aplicações começam a se expandir. A prática é usada contra doenças como depressão, na recuperação de sequelas de acidente vascular cerebral e até em procedimentos de beleza. O avanço do método, nascido na China, em terras ocidentais é consequência de algumas transformações ocorridas nos últimos anos. A primeira foi a demanda crescente por técnicas que melhoram a saúde sem a necessidade de se recorrer a remédios. A acupuntura se ajusta perfeitamente nesse quesito. A segunda deve-se ao fato de que a medicina finalmente encontrou meios de avaliar com mais refinamento científico o efeito das agulhas no organismo. [...]

REVISTA ISTOÉ. Editora Três, edição nº 2317 – Ano 38 – 23 Abr./ 2014.

15. Em: "A primeira foi a demanda crescente por técnicas que melhoram a saúde [...]", o vocábulo sublinhado é um mecanismo de coesão que faz alusão, no contexto,

A) a algumas transformações ocorridas.
B) à recuperação de sequelas.
C) a terras ocidentais.
D) às aplicações.
E) à acupuntura.

A questão 16 refere-se ao texto abaixo.

O Leão e o Rato

Um Leão dormia sossegado, quando foi acordado por um Rato, que passava correndo em cima de seu rosto. Com um ataque ágil ele o agarrou, e estava pronto para matá-lo, ao que o Rato implorou: Por favor, se o senhor me soltar, tenho certeza que um dia poderia retribuir sua bondade. Rindo por achar ridícula a ideia, assim mesmo, ele resolveu soltá-lo. Pouco tempo depois, o Leão caiu numa armadilha colocada por caçadores. Preso ao chão, amarrado por fortes cordas, sequer podia mexer-se. O Rato, ouvindo seu rugido, aproximou-se e roeu as cordas até deixá-lo livre. Então disse: O senhor riu da ideia de que eu jamais seria capaz de ajudá-lo. Nunca esperava receber de mim qualquer favor em troca do seu! Mas agora sabe que mesmo um pequeno Rato é capaz de retribuir um favor a um poderoso Leão.

Moral da História - Os pequenos amigos podem se revelar os melhores e mais leais.

Baseada na obra de Esopo - Fabulista grego do século VI.a.C. - http://www.clickatualidade.com.br.

16. De acordo com a gramática da língua portuguesa, quando anteposto ao substantivo, o adjetivo favorece uma predicação em que se ressaltam valores afetivos ou psicológicos. Diante desse princípio semântico, o significado para a expressão "pequenos amigos", contida na Moral da História, é:

A) amigos de feições rudes.
B) amigos de baixa estatura.
C) amigos de muitas posses, ricos.
D) amigos muito novos, ainda na infância.
E) amigos pouco apreciáveis, de pouco valor.

A questão 17 refere-se ao poema abaixo.

Teresa, se algum sujeito bancar o sentimental em cima de você
E te jurar uma paixão do tamanho de um bonde
Se ele chorar
Se ele ajoelhar
Se ele se rasgar todo
Não acredita não, Teresa
É lágrima de cinema
É tapeação
Mentira
Cai fora.

BANDEIRA, Manuel. *Poesia completa*. São Paulo: M. Fontes, 1997.

17. Ao construir o texto, o poeta Manuel Bandeira

A) prescinde de marcadores textuais inerentes ao texto prosaico.

B) apresenta imagens poéticas pitorescas e dissociadas da proposta original do poema.

C) transpõe para o poema marcadores linguísticos prosaicos, reveladores de coloquialidade.

D) abdica de elementos expressivos cotidianos para construir um texto de concepções rebuscadas.

E) reforça os marcadores estruturais do poema, utilizando a rima, a métrica e a pontuação rigorosa.

18. Dadas as orações, quanto à concordância verbal, de acordo com a norma culta,

I. Fernanda Montenegro é uma das atrizes que mais recebem convites para participar de filmes em Hollywood.

II. Férias é um período para descansar e recarregar as energias gastas.

III. De todo o eleitorado, apenas vinte e cinco por cento compareceu à votação da nova diretoria.

IV. Já não se faz mais móveis como antigamente.

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) II, apenas.

B) I e II, apenas.

C) I e III, apenas.

D) III e IV, apenas.

E) I, II, III e IV.

A questão 19 refere-se ao texto abaixo.

Uma cultura da narração é substituída de alguma maneira por uma cultura de movimento; uma cultura lírica ou melódica é substituída por uma cultura cinemática, construída sobre o choque e o dilúvio de imagens, sobre a busca da sensação imediata.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

19. A expressão “dilúvio de imagens”, utilizada pelo autor, está relacionada à(ao)

A) estabilidade da cultura cinemática.

B) constituição estática da cultura imagética.

C) profusão de imagens, constituinte da cultura cinemática.

D) inundação de formas e imagens que resultam da cultura lírica.

E) caráter da cultura cinemática, fundamentada no comedimento das imagens.

A questão 20 refere-se ao texto abaixo.

Podemos definir o homem como o animal que pode dizer “eu”, que tem consciência de si mesmo como entidade independente. O animal, por estar dentro da Natureza sem transcendê-la, não tem consciência de si mesmo, não necessita de um sentimento de identidade. O homem, afastado da Natureza, dotado de razão e de imaginação, necessita formar conceito de si mesmo, necessita dizer e sentir.

FROMM, Erich. *Psicanálise da sociedade contemporânea.* Rio de Janeiro: Zahar. 1970.

20. A ideia principal do autor está fundamentada na seguinte proposição:

A) o homem prescinde de estratégias que o impulsionem a construir conceitos sobre si mesmo.

B) o animal e o homem se diferenciam pela consciência do “eu”. O homem se dissipou da Natureza; o animal não.

C) pode-se afirmar que os atos de sentir e de dizer se dissociam da capacidade humana de formar conceitos sobre a realidade.

D) o homem, por se reconhecer na escala dos elementos naturais, não transcende de seu caráter estritamente zoomórfico para uma consciência identitária.

E) o sentimento de identidade está associado à concepção do “eu”, mas o homem não desenvolveu estratégias que o submeteria a ser reconhecido como ser individual.

RACIOCÍNIO LÓGICO

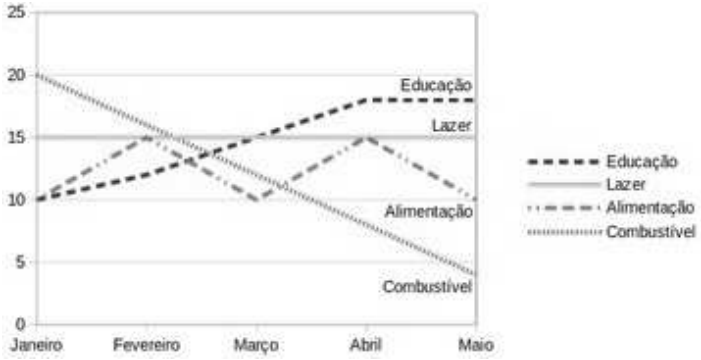
21. Sabe-se que "Se José é obeso, então ele não faz dieta alimentar". Como José faz dieta alimentar, podemos concluir que José não é obeso. A inferência lógica aplicada é

A) contraditória.
B) predicativa.
C) dedutiva.
D) reflexiva.
E) indutiva.

22. Sejam as premissas: "Algum filósofo é jovem" e "Todo jovem é aventureiro". Para que o argumento seja válido, devemos concluir que

A) todo jovem é filósofo.
B) todo filósofo é aventureiro.
C) algum jovem não é filósofo.
D) algum aventureiro é filósofo.
E) nenhum aventureiro é filósofo.

23. O gráfico abaixo apresenta as despesas de uma família nos primeiros cinco meses do corrente ano.



Assinale a alternativa correta quanto as informações apresentadas no gráfico.

A) Os maiores gastos com alimentação ocorreram nos meses de fevereiro, março e abril.
B) Os gastos com lazer e combustível diminuíram entre fevereiro e maio.
C) Os gastos com alimentação e educação subiram de janeiro para fevereiro.
D) A maior despesa com combustível ocorreu no mês de abril.
E) As despesas com educação cresceram a cada mês.

24. Num experimento científico, é observado que apenas um dentre três eventos e_1, e_2 e e_3 pode ser observado por vez. Sabendo-se que a probabilidade de ocorrer e_1 ou e_2 é de 55% e que a probabilidade de ocorrer e_1 ou e_3 é de 62%, qual a probabilidade de ocorrer e_2 ou e_3?

A) 17%
B) 38%
C) 45%
D) 83%
E) 91%

RASCUNHO

25. Dadas as fórmulas abaixo relativas a conjuntos A, B e C quaisquer,

I. $(A \subseteq B) \leftrightarrow (A - B = \varnothing)$

II. $(A \cap B = C) \rightarrow \forall x(((x \in A) \vee (x \in B)) \rightarrow (x \in C))$

III. $(A - B = A) \rightarrow (B = \varnothing)$

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) III, apenas.

C) I e II, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

26. Considerando o alfabeto da Língua Portuguesa composto de 26 letras, quantas pessoas, no mínimo, devem estar presentes numa sala para que se possa garantir com absoluta certeza que ao menos quatro delas possuam primeiros nomes iniciando com a mesma letra?

A) 4

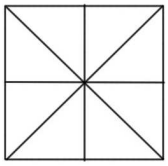
B) 79

C) 89

D) 108

E) 109

27. Quantos triângulos existem na figura abaixo?



A) 8

B) 10

C) 12

D) 16

E) 18

28. No último ano, devido às condições climáticas da região sudeste do país, o preço do tomate sofreu três aumentos de 20%. Esses aumentos consecutivos no ano produziram um aumento total do produto em, aproximadamente,

A) 40%.

B) 50%.

C) 60%.

D) 64%.

E) 72%.

29. Uma urna contém seis bolas de pesos e tamanhos iguais, duas delas identificadas pela letra S e as demais pelas letras A, C, E e O. Sorteando-se as bolas, uma a uma e sem reposição, qual é a probabilidade de que a ordem de retirada das bolas forme a palavra ACESSO?

A) 0,002

B) 0,008

C) 0,02

D) 0,032

E) 0,08

30. Dadas as premissas,

Ana e Bruno jogam basquete.

Carlos anda de bicicleta se Ana joga basquete.

Daniela corre ou Carlos não anda de bicicleta.

Daniela não correr é condição necessária para Edson patinar.

é correto inferir que

A) Bruno joga e Edson patina.

B) Daniela corre e Edson não patina.

C) Daniela não corre ou Bruno não joga.

D) Daniela corre e Carlos não anda de bicicleta.

E) Se Carlos anda de bicicleta, Ana não joga basquete.

RASCUNHO

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. Dadas as afirmativas sobre o comportamento do consumidor,

I. O comportamento do consumidor deve ser compreendido como um processo no qual coexistem fatores objetivos e subjetivos que influenciam a sua decisão de compra e o relacionamento com as marcas consumidas.

II. O comportamento do consumidor deve ser compreendido como um processo de fatores objetivos que influenciam a sua decisão de compra e o relacionamento com as marcas consumidas.

III. O comportamento do consumidor deve ser compreendido como um processo no qual coexistem fatores subjetivos que influenciam a sua decisão de compra e o relacionamento com as marcas consumidas.

verifica-se que está(ão) correta(s):

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

32. Dadas as afirmativas sobre padrões de cores,

I. CMYK é o padrão de cores mais utilizado para monitores e televisões.

II. CMYK é a abreviatura do sistema de cores formado por ciano, magenta, amarelo e preto.

III. RGB é abreviatura do sistema de cores composto por: roxo, cinza e preto.

IV. CMYK é o padrão de cores mais utilizado para impressão.

verifica-se que estão corretas apenas

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

33. Quais os tipos de diagramação publicitária?

A) Saia e blusa – sangrado – *box* – *all type*
B) Saia e short – borrado – *box* – *all type*
C) *Tagline* – *insert* – tipologias – serigrafia
D) *Box* – saia-calça – borrado – sangrado
E) Dobras – cortes – vincos – contrate

34. Os formatos A0, A3 e A4 correspondem, respectivamente, às dimensões, em milímetros, de

A) 210 × 297 – 297 × 420 – 841 × 1189
B) 210 × 297 – 297 × 420 – 1189 × 1682
C) 297 × 420 – 210 × 297 – 841 × 1189
D) 841 × 1189 – 210 × 297 – 148 × 210
E) 841 × 1189 – 297 × 420 – 210 × 297

35. Dadas as proposições seguintes quanto às atividades específicas dos Relações Públicas,

I. Executam a coordenação e planejamento de pesquisas da opinião pública para fins institucionais;

II. Atuam na informação e orientação da opinião pública sobre os objetivos de uma instituição;

III. Assessoram na solução de problemas institucionais que influam na posição da entidade perante a opinião pública.

verifica-se que está(ão) correta(s)

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

36. Dadas as afirmativas sobre os objetivos específicos de uma Assessoria de Imprensa,

I. Estabelecer relações de confiança e sólidas com os meios de comunicação e seus agentes, objetivando tornar-se fonte de informação respeitada e requisitada.

II. Capacitar o assessorado a entender e lidar com a imprensa, ensinando-o a reagir perante as informações desfavoráveis, visando sempre à postura do 'nada a declarar'.

III. Implementar a cultura de comunicação de massa por meio de condutas pró-ativas junto à estrutura midiática, apresentando, firmando e consolidando as informações pertinentes aos interesses do assessorado.

IV. Utilizar recursos gráficos para a divulgação de eventos, organizando-os e seguindo um protocolo.

verifica-se que estão corretas apenas

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

37. Dados, a seguir, os recursos de Comunicação Dirigida,

I. Cartaz;

II. *House-organ*;

III. Anúncio institucional.

verifica-se que está(ão) correto(s)

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

38. Quais atividades fazem parte do composto promocional de *marketing*?

A) Relações Públicas – Produto – Publicidade – Preço.
B) Relações Públicas – Jornalismo – Venda pessoal – Praça.
C) Propaganda – Relações Públicas – Promoção de vendas – Venda pessoal.
D) Produto – Publicidade – *Design* – Preço.
E) Preço – Praça – Propaganda – Produto.

39. Sabendo que Segmentação de Mercado é o resultado da divisão de um mercado em pequenos grupos, podemos afirmar, então, que estilo de vida, localização do público e rendimento são variáveis dos seguintes critérios de segmentação, respectivamente:

A) Psicográfica – Geográfica – Demográfica
B) Geográfica – Psicográfica – Demográfica
C) Personalidade – Distribuição – Classe social
D) Comportamental – Geográfica – Substancialidade
E) Geográfica – Demográfica – Psicográfica

40. Dadas as afirmativas sobre a ética profissional do publicitário e a regulamentação de sua atividade,

I. O CONAR atua na publicidade comercial e na propaganda político-partidária.
II. É considerada enganosa a publicidade que, por omissão, deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.
III. No sistema normativo brasileiro, os conceitos publicidade e propaganda adquirem conotações específicas.

verifica-se que está(ão) correta(s)

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

41. São considerados instrumentos de uma Assessoria de Imprensa:

A) *Release* – *Mailing list* – Coletiva de imprensa
B) No-midia – *House-organ* – *Pop-up*
C) Fonte – *Release* – Pesquisa de opinião
D) Coletiva de imprensa – *Briefing* – *Storybord*
E) Fotojornalismo – *Storybord* – *Release*

42. Enumere a segunda coluna de acordo com a primeira sobre os termos utilizados pelo profissional de comunicação social e sua explicação correspondente.

1ª COLUNA	2ª COLUNA
1. *Brainstorming*	( ) Tipo de apelo a ser utilizado em uma propaganda publicitária, devendo ser considerado como "a linha de raciocínio" para o desenvolvimento da peça publicitária.
2. *Briefing*	( ) Informa apenas o necessário para criar no *target* a expectativa do que virá a seguir.
3. *Approach*	( ) Reunião para discussão livre a fim de gerar ideias inovadoras que levem um determinado projeto adiante.
4. *Teaser*	( ) Informações preliminares contendo todas as instruções fornecidas para orientar os trabalhos de publicidade.

Qual a sequência correta, de cima para baixo?

A) 1 – 3 – 4 – 2
B) 2 – 3 – 4 – 1
C) 3 – 2 – 1 – 4
D) 3 – 4 – 1 – 2
E) 4 – 3 – 2 – 1

43. Enumere a segunda coluna de acordo com a primeira sobre os termos utilizados pelo profissional de comunicação social e sua explicação correspondente.

1ª COLUNA	2ª COLUNA
1. Nota	( ) Texto para a leitura do âncora ou do apresentador.
2. Boletim	( ) Em sua composição estão: passagem, sonora e *off*.
3. Reportagem	( ) Conjunto de informações curtas.
4. Pauta	( ) Instrumento que contém informações de matéria a ser produzida pelo repórter.

Qual a sequência correta, de cima para baixo?

A) 1 – 2 – 3 – 4
B) 1 – 3 – 2 – 4
C) 2 – 1 – 4 – 3
D) 3 – 2 – 1 – 4
E) 4 – 3 – 2 – 1

44. Qual o conceito de estruturação de texto jornalístico que define que as informações mais importantes aparecem nos primeiros parágrafos e as menos relevantes aparecem na sequência?

A) Retranca.
B) Cabeça.
C) Pirâmide invertida.
D) Chamada.
E) Olho.

45. Segundo o Código de Ética reformulado conforme a resolução CONFERP nº 02/85, de 06/11/85, é dever fundamental do profissional de Relações Públicas:

A) o profissional de Relações Públicas deve estar antenado com os ambientes internos e externos todo o tempo, pois seu principal objetivo é vender mais e trazer lucro para empresa.
B) o profissional de Relações Públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.
C) a atividade do profissional de Relações Públicas consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações. Também define-se como a prática de coletar, redigir, editar e publicar informações sobre eventos atuais.
D) o profissional de Relações Públicas dedica-se à difusão pública de ideias associadas a empresas, produtos ou serviços, especificamente, propaganda comercial.
E) o profissional de Relações Públicas é o responsável pelo planejamento das estratégias e pelo gerenciamento do dia a dia de uma empresa. Ele ajuda a definir, a analisar e a cumprir as metas da organização. Trabalha em praticamente todos os departamentos, nos quais gere recursos financeiros, materiais, humanos e mercadológicos.

46. Quanto aos objetivos do endomarketing, é correto afirmar que:

A) o endomarketing objetiva estimular funcionários e chefias a serem clientes.

B) o endomarketing objetiva estimular funcionários a serem clientes.

C) o endomarketing objetiva conscientizar funcionários e chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente.

D) o endomarketing objetiva conscientizar funcionários para a importância do atendimento de excelência ao cliente.

E) o endomarketing objetiva estimular funcionários e chefias a trabalharem seu marketing pessoal.

47. Qual o nome da técnica através da qual se busca criar um espaço bem definido no mercado, garantindo que a empresa tenha um lugar na mente dos consumidores?

A) Posicionamento

B) Segmentação de mercado

C) *Top of mind*

D) Alinhamento

E) *Merchandinsing*

48. São indispensáveis para o correto exercício da ouvidoria:

A) Imparcialidade; objetividade; espelhar o interesse da empresa.

B) Independência; imparcialidade; autonomia.

C) Independência; compreensão; espelhar o interesse da empresa.

D) Autonomia; dependência das chefias; endomarketing.

E) Compreensão; objetividade; isonomia.

49. Dadas as proposições sobre *Marketing* Viral,

I. Efeito boca a boca potencializado na *internet*.

II. São técnicas que tentam explorar redes sociais para produzir aumentos exponenciais em conhecimento de marca, com processos similares à extensão de uma epidemia.

III. Consiste em difundir a informação através das redes existentes, sejam elas *e-mail, blogs, Facebook, Twitter* e outras, de forma que a mensagem se espalhe e "contamine" os usuários.

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) II, apenas.

C) III, apenas.

D) I e III, apenas.

E) I, II e III.

50. Dados os itens sobre os critérios que devem ser examinados quando se pesquisa sobre uma imagem positiva ou favorável de uma organização perante seu público, a opinião pública e a sociedade,

I. Imagem financeira.

II. Imagem comercial.

III. Imagem interna.

IV. Imagem pública.

verifica-se que está(ão) correto(s)

A) I, apenas.

B) II e III, apenas.

C) III e IV, apenas.

D) I, II e IV, apenas.

E) I, II, III e IV.

51. Nas Pesquisas de Opinião Pública o profissional de Relações Públicas deve desmembrar o público em subgrupos significativos e formular estratégias de comunicação específicas para cada segmento. Diante disso, é correto afirmar que

A) a amostragem não é útil em qualquer quantidade de cada grupo, desde que o segmento seja bem representativo.

B) a pesquisa de Opinião Pública possui utilidade, desde que seja elaborada com parâmetros específicos extraídos das pesquisas eleitorais de opinião.

C) a amostragem de opinião pública não tem utilidade, a menos que reflita com precisão os sentimentos de cada grupo do público e ofereça algum entendimento de por que as pessoas têm essas opiniões.

D) a pesquisa de opinião deve ser elaborada a partir da observação de cada grupo, baseada fundamentalmente nas técnicas aplicadas pelo pesquisador.

E) o público não é um grupo de pessoas que compartilha e reconhece o interesse comum, portanto, não pode ser medida sua opinião.

52. Dadas as proposições sobre *Marketing* Direto,

I. Contatos diretos com consumidores individuais cuidadosamente definidos como alvo, com o objetivo de obter resposta imediata e cultivar relacionamentos duradouros, fazendo uso do telefone, do correio, do fax, do *e-mail*, da *Internet* e de outras ferramentas para se comunicar diretamente com consumidores específicos.

II. Desenvolvimento de boas relações com os diversos públicos da empresa pela obtenção de publicidade favorável, construção de uma boa imagem corporativa e administração ou impedimento da disseminação de boatos, histórias ou eventos desfavoráveis para a empresa.

III. Incentivos de curto prazo para estimular a compra ou a venda de um produto ou serviço.

verifica-se que está(ão) correta(s) apenas

A) I.

B) II.

C) III.

D) I e II.

E) II e III.

53. Sobre a imagem institucional de uma empresa,

I. A imagem da organização é um reflexo da identidade da organização, a partir da percepção dos *stakeholders*.

II. A imagem da organização é afetada por suas ações junto à comunidade e pela propaganda veiculada na mídia.

III. A imagem da organização é resultado de experiências que os indivíduos vivenciam interagindo com produtos e serviços.

verifica-se que está(ão) corretas

A) I, apenas.

B) II, apenas.

C) I e III, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

54. O evento é uma estratégia de comunicação que atinge o público de interesse, divulga a marca de uma empresa, promove seus produtos e potencializa as vendas, contribuindo para sua expansão comercial e conquista de novos mercados. Quais as etapas do planejamento de eventos de médio e grande porte?

A) Levantamento de informações, planejamento e divulgação.

B) Divulgação, execução e planejamento.

C) Levantamento de informações, planejamento, execução e avaliação.

D) Planejamento, avaliação e divulgação.

E) Implementação, execução, levantamento das informações e avaliação.

55. As organizações podem contar com equipes de assessorias de comunicação cujas funções são:

I. colaborar para a compreensão da sociedade no papel da organização;

II. estabelecer uma imagem positiva e produtiva com seus públicos diversos;

III. criar canais de comunicação, interno e externo, que divulguem os valores da organização e suas atividades;

IV. reposicionar a marca da empresa diante de seus públicos de interesse;

V. avaliar e elaborar um plano de ação contribuindo, dessa maneira, para a construção de imagem positiva e produtiva.

Dos itens acima, verifica-se que estão corretos apenas

A) I e III.

B) I e V.

C) IV e V.

D) I, II e III.

E) II, III e IV.

56. Segundo Gaudêncio Torquato, a comunicação institucional distingue-se da comunicação mercadológica, apesar de poder-se estabelecer entre elas efetiva relação, à medida que um bom conceito é vital para a organização, integrando-se na estratégia global dos negócios e promovendo e respaldando a sinergia comercial. Dadas as afirmativas,

I. A comunicação institucional enfatiza aspectos relacionados com a missão, visão e valores da filosofia da organização, enquanto que a comunicação mercadológica contribui para o relacionamento do público interno.

II. A comunicação institucional enfatiza aspectos relacionados com a missão, visão e valores da filosofia da organização, enquanto que a comunicação mercadológica é responsável por toda a produção comunicativa em torno de um objetivo mercadológico, tendo em vista a divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa.

III. A comunicação mercadológica está relacionada diretamente à identidade da organização, enquanto que a comunicação institucional envolve o completo mix de comunicação de *marketing*.

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) II, apenas.

C) I e III, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

57. Quanto à análise da concorrência,

I. O relacionamento das marcas com seus consumidores é construído através dos atributos de marca, que se constituem redutores de vulnerabilidade às ações da concorrência.

II. A atribuição de valores das marcas considerados exclusivos aos da concorrência permite aos consumidores a percepção de valor superior, o que justifica a prática de preços superiores aos da concorrência.

III. *Premium Price* pode ser definido como um preço máximo a ser praticado no mercado a partir da percepção de qualidade superior ao do concorrente.

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) III, apenas.

C) I e II, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

58. O Conselho de Comunicação Social tem como atribuição a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre:

I. monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social;

II. defesa da pessoa e da família de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto na Constituição Federal;

III. liberdade de manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação.

Dos itens acima, verifica-se que está(ão) correto(s)

A) I, apenas.

B) II, apenas.

C) I e III, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

59. Dadas as afirmativas quanto ao *Marketing* Viral,

I. Os vídeos de bebês e animais são exemplos de estratégias veiculadas na rede.

II. O conteúdo é trabalhado para ser compartilhado pelo público-alvo da empresa.

III. Quanto menos convencional, maior o compartilhamento.

verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) III, apenas.

C) I e II, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.

60. São objetivos do *Marketing* de Relacionamento:

I. Estabelecer relações que sejam interessantes para a empresa e para o cliente;

II. Buscar dentre os clientes os que, potencialmente, darão mais retorno;

III. Estimular as relações com os clientes em geral.

Dadas as proposições acima, verifica-se que está(ão) correta(s)

A) I, apenas.

B) III, apenas.

C) I e II, apenas.

D) II e III, apenas.

E) I, II e III.