

# Companhia Hidro Elétrica do São Francisco **Chesf**

## CONCURSO PÚBLICO

Cargo:

**Técnico de Nível Universitário A**

Função:

**Comunicador Social – Comunicação Social**

**038**

CADERNO DE PROVAS

Aplicação: 26/5/2002



### LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Este caderno é constituído de **quarenta** questões objetivas, com cinco opções cada uma.
- 2 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, o candidato deverá solicitar ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 3 Recomenda-se não marcar ao acaso: cada questão cuja resposta divirja do gabarito oficial definitivo acarretará a perda de um quarto do valor da questão, conforme consta no Edital n.º 1/2002 – CHESF, de 15/3/2002.
- 4 Não é permitida a utilização de nenhum material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE.
- 5 Durante as provas, o candidato não deverá levantar-se ou comunicar-se com outros candidatos.
- 6 A duração das provas é de **três horas e trinta minutos**, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas — e ao preenchimento da folha de respostas.
- 7 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes nas presentes instruções, na folha de rascunho ou na folha de respostas poderá implicar a anulação das provas do candidato.

#### AGENDA

- I 27/5/2002 – Divulgação, a partir das 10 h, dos gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, na Internet — no endereço eletrônico <http://www.cespe.unb.br> — e nos quadros de avisos do CESPE/UnB — em Brasília.
- II 28 e 29/5/2002 – Recebimento de recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, exclusivamente nos locais e no horário que serão informados na divulgação dos referidos gabaritos.
- III 25/6/2002 – Data provável da divulgação (após a apreciação de eventuais recursos), no Diário Oficial da União e nos locais mencionados no item I, do resultado final das provas objetivas e do concurso.

#### OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido no item 10 do Edital n.º 1/2002 – CHESF, de 15/3/2002.
- Informações relativas ao concurso poderão ser obtidas pelo telefone 0(XX)-61-448-0100.
- É permitida a reprodução deste material, desde que citada a fonte.

Nas questões de 1 a 40, marque, em cada uma, a única opção correta, de acordo com o respectivo comando. Na **folha de respostas**, a indicação do campo **SR** é facultativa e não contará para efeito de avaliação; servirá somente para caracterizar que o candidato desconhece a resposta correta. Use a folha de rascunho para as devidas marcações e, posteriormente, a **folha de respostas**.

## LÍNGUA PORTUGUESA

### Texto LP-I – questões 1 e 2

#### Os mais bem preparados

1 A Internet surgiu na década de 90, prometendo rever os valores do capitalismo e até mesmo modificar as relações entre as pessoas, que iriam comunicar-se mais por meio de *chats* e *e-mails* que pessoalmente. Empresas chamadas *pontocom* viram, da noite para o dia, suas ações valorizadas às alturas, mesmo sem possuir ativo algum além daquele velho computador. O ápice da euforia  
4 ocorreu em 1999, quando o índice NASDAQ, que mede a cotação das companhias de alta tecnologia no mundo, deu um salto de 86%.

Em abril do ano seguinte, deu-se o turbilhão. O NASDAQ caiu 25% em uma semana, e o fabuloso mundo virtual começou  
7 a trincar. No Brasil, os reflexos foram prejuízos e cortes nos investimentos das empresas do setor. Todas enxugaram seus custos e muitas fecharam as portas. Esse período de exuberância irracional, no entanto, fez nascer uma importante estrutura de Internet em diversos países do mundo, entre os quais o Brasil, cuja qualidade e tamanho eram desconhecidos até agora. Nos próximos dias,  
10 o Grupo de Tecnologia da Informação da Universidade Harvard, nos Estados Unidos da América (EUA), deve divulgar uma pesquisa, avaliando o grau de prontidão para a economia virtual de 75 países. A pesquisa, coordenada pelo economista Jeffrey Sachs, levou em conta dez indicadores. Os países receberam notas individuais em cada um dos itens, depois misturados em uma  
13 tabela final.

Luis Henrique Amaral. *Internet*. In: *Veja online*, 3/4/2002. Internet: <[http://www2.uol.com.br/veja/030402/p\\_066.html](http://www2.uol.com.br/veja/030402/p_066.html)> (com adaptações).

#### QUESTÃO 1

Considerando que cada opção abaixo contém uma paráfrase das idéias essenciais da passagem indicada do texto LP-I, assinale a opção correta com relação à manutenção do sentido original.

- A “A Internet (...) pessoalmente” (l.1-2) – **A Internet, que surgiu na década de 90, prometia uma revisão dos valores do capitalismo e uma modificação das relações interpessoais, as quais se iriam dar menos pessoalmente que por meio de *chats* e de *e-mails*.**
- B “Empresas (...) salto de 86%” (l.2-5) – **Empresas com a extensão de *ponto.com* tiveram a visão, da noite para o dia, quando o índice NASDAQ, deu um salto de 86%, além da supervalorização de suas ações valorizadas às alturas, mesmo possuindo ativo aquém do previsto e necessário: daquele velho computador.**
- C “Em abril (...) as portas” (l.6-8) – **Em abril de 2000, ocorre o turbilhão NASDAQ, cuja queda de 25% em uma semana levou o fabuloso mundo virtual a trincar, no Brasil, com reflexos, prejuízos e cortes nos investimentos das empresas, pelo enxugamento de seus custos e muitos fechamento de portas.**
- D “Esse período (...) 75 países” (l.8-11) – **O período de grande irracionalidade, que foi de 1999 a 2001, fez surgir no Brasil e no mundo a Internet, desconhecida até então, o que deflagrou a pesquisa do setor de Informação da Universidade Harvard, cuja divulgação pôs em alerta a economia de 75 países.**
- E “A pesquisa (...) tabela final” (l.11-13) – **A pesquisa descrita sob a forma gráfica, coordenada pelo economista Sachs, levou em conta indicadores de dez países, os quais receberam notas individuais em cada um dos itens, cujos valores foram depois misturados em uma tabela.**

#### QUESTÃO 2

Com relação à significação literal, ao arranjo contextual dos vocábulos e à tipologia textual do texto LP-I, assinale a opção **incorreta**.

- A Em nenhum trecho do texto, o autor manifesta seu ponto de vista, argumentando favorável ou desfavoravelmente aos fatos apresentados, ou emitindo opinião pessoal.
- B O texto inicia-se com uma passagem narrativa, o que pode ser confirmado pela situação dos fatos na linha cronológica crescente.
- C O segundo período do texto é essencialmente descritivo, construído a partir de substantivos comuns relacionados a verbos sem idéia de movimento.
- D A passagem situada nas linhas de 7 a 9, quando focaliza o problema no Brasil, é predominantemente dissertativa, porque apresenta as repercussões, em solo nacional, dos problemas do exterior.
- E A partir da linha 9, o autor, adotando as características valorizadas em um discurso técnico e analítico, relata os fatos de forma impessoal, objetiva e clara.

**Destaques da pesquisa**

1 A Universidade Harvard fez um levantamento junto a 75 países para identificar quais estão em melhores condições para enfrentar o avanço da economia digital. Para chegar ao *ranking*, foram avaliados dez itens, tais como infra-estrutura de telecomunicações, comércio eletrônico e serviços *online* oferecidos pelo governo. O quadro destaca os dez mais bem preparados e analisa a posição do Brasil.

1.º	EUA
2.º	Islândia
3.º	Finlândia
4.º	Suécia
5.º	Noruega
6.º	Holanda
7.º	Dinamarca
8.º	Cingapura
9.º	Áustria
10.º	Grã-Bretanha
38.º	<b>Brasil</b>

Atrás de países como Argentina, Chile e Uruguai

1 No *ranking* dos governos, segundo a qualidade das informações prestadas à sociedade, o Brasil ficou em 15.º lugar, no mesmo nível da Holanda, da Áustria e da França.

4

7

10 No *ranking* das vendas *online*, o Brasil ficou em 18.º lugar, no mesmo nível da Austrália, da Itália e do Japão.

Quadro I

Quadro II

*Idem, ibidem.*

**QUESTÃO 3**

Considerando a hipótese de o texto LP-II ser reorganizado com todos os países do quadro I listados em ordem alfabética, incluindo aqueles sem classificação e aos quais o Brasil é comparado, assinale a opção **incorreta** quanto ao sentido e à grafia.

- A O último país a ser referido seria o Uruguai.
- B O Brasil estaria entre Áustria e Cingapura.
- C A nova ordenação colocaria o ocupante da terceira posição antes do que está em décimo lugar e o sexto país, antes do segundo mencionado no quadro.
- D Na nova listagem, os EUA, do primeiro lugar passariam a ocupar o sétimo lugar.
- E O nome referente à Inglaterra, por conter um prefixo, deveria ser o terceiro da lista e teria como entrada a forma **Bretanha**.

**QUESTÃO 4**

Com relação à classe, à representação, à estrutura e à formação das palavras do texto LP-II, assinale a opção correta.

- A No quadro I, a construção “melhores condições” (l.4) segue as normas gramaticais; no entanto, a construção “mais bem preparados” (l.11-12) não segue tais normas, porque deveria estar grafada como **melhores preparados**.
- B No quadro I, o vocábulo “digital” (l.5) está empregado como substantivo, equivalente à palavra “eletrônico” (l.9).
- C No quadro I, em “Para chegar ao *ranking*” (l.6), há uma relação de finalidade, expressa por “Para”; no quadro II, em “segundo a qualidade das informações prestadas” (l.2-5), há uma circunstância de conformidade, expressa pela palavra “segundo”.
- D As palavras “infra-estrutura” e “telecomunicações”, ambas na linha 8 do quadro I, pertencem à mesma classe e são construídas pelo mesmo processo de formação vocabular.
- E Os vocábulos “*ranking*” e “*online*” são neologismos que entraram na língua portuguesa com o avanço tecnológico das últimas décadas.

**QUESTÃO 5**

1 Esse *ranking* deve ser observado com seriedade porque o mercado não acredita mais na existência de um mundo virtual em contraposição à economia real. Mas investe pesado nas transações comerciais *online*, que representam um ganho significativo de tempo e uma redução expressiva de custos. Para isso, os países precisam dispor de estrutura.

De acordo com os estudiosos, países socialmente atrasados têm mais dificuldade para difundir a economia virtual. A posição brasileira melhora para 18.º lugar na área do chamado *e-commerce*, transações de compra e venda realizadas pela Internet, e chega a 15.º no item que mede a qualidade das informações e os serviços virtuais prestados pelo governo à sociedade.

Um dos destaques brasileiros no campo do que o jargão técnico chama de *governo eletrônico* é o sistema de envio da declaração de imposto de renda pela Internet. Ele é considerado o mais avançado do mundo. Atualmente, 93% das declarações são entregues por meio digital. A burocracia do governo também é altamente informatizada. O presidente Fernando Henrique Cardoso, por exemplo, não assina mais boa parte dos documentos que chegam até ele. Usa um cartão magnético e uma senha eletrônica. Toda a transação de leis entre o Congresso, o Palácio do Planalto e os ministérios é feita por via digital.

*Idem, Ibidem* (com adaptações).

De acordo com as idéias do texto acima, julgue os itens subsequentes.

- I O resultado do *ranking* indica que o mercado descrê de notícias virtuais.
- II Os países necessitam contar com estrutura para transações comerciais *online*.
- III Sociedades atrasadas têm mais dificuldade para usufruir dos benefícios da economia virtual.
- IV A posição brasileira é melhor na área dos serviços virtuais prestados pelo governo que em outras áreas.
- V As informações e os serviços de comércio do governo brasileiro à sociedade virtual coloca o país em posição desfavorável no mercado externo.
- VI O sistema atual de envio da declaração de imposto de renda e a burocracia do governo brasileiro são altamente informatizados.

Estão certos apenas os itens

- A I, II e VI.
- C II, III e IV.
- E III, IV e V.
- B I, III e V.
- D II, IV e VI.

**QUESTÃO 6**

Assinale a opção em que a pontuação e a concordância do fragmento de texto está **incorreta**.

- A O *ranking* deve ser observado com seriedade, porque o mercado não acredita mais na existência de um mundo virtual em contraposição à economia real, mas investe pesado nas transações comerciais *online*, que representam um ganho significativo de tempo e uma redução expressiva de custos.
- B De acordo com estudiosos, os países socialmente atrasados têm mais dificuldade para difundir a economia virtual; nesse sentido, a posição brasileira melhora para 18.º lugar na área do chamado *e-commerce*, em que as transações de compra e venda são realizadas pela Internet, e chega a 15.º no item que mede a qualidade das informações e os serviços virtuais prestados pelo governo à sociedade.
- C Um dos destaques brasileiros, naquilo que o jargão técnico chama de *governo eletrônico*, é o sistema de envio da declaração de imposto de renda pela Internet: ele é considerado o mais avançado do mundo, uma vez que, atualmente mais de 90% das declarações é entregues por meio digital.
- D Os setores burocráticos e o governo também são altamente informatizados: o atual presidente, Fernando Henrique Cardoso, por exemplo, não assina mais boa parte dos documentos que chega até ele; usa um cartão magnético e uma senha eletrônica.
- E Toda a transação de leis entre o Congresso, o Palácio do Planalto e os Ministérios é feita digitalmente; ou seja, uma nova estrutura contribui para que os projetos sejam votados pelos parlamentares.

Opções adaptadas de Luis Henrique Amaral. **Internet. In: Veja online**, 3/4/2002. Internet: <[http://www2.uol.com.br/veja/030402/p\\_066.html](http://www2.uol.com.br/veja/030402/p_066.html)>.

**Texto LP-III – questões de 7 a 9**

1 Jovens universitários e recém-formados ficam ansiosos pela primeira oportunidade no mercado de trabalho, mas o caminho até encontrá-la geralmente é árduo. Um bom atalho pode ser a inscrição

4 nos concursos patrocinados por empresas interessadas em identificar novos talentos, que já viraram tradição em disciplinas como direito, arquitetura e engenharia e começam a se espalhar por outras áreas.

7 “O prêmio me abriu algumas portas e vai continuar abrindo, pois passou a fazer parte de meu currículo”, diz o advogado recém-formado Marcello Rodante, de 23 anos de idade, vencedor da edição 2001 do

10 concurso de monografias de um dos escritórios de advocacia mais respeitados do país. O texto que Rodante escreveu acerca das controvérsias do novo Código Civil passou pelo crivo de uma comissão

13 de especialistas que incluía um ministro do Superior Tribunal de Justiça e um deputado federal, relator do projeto do Código da Câmara dos Deputados. Graças ao prêmio, o rapaz recebeu uma promoção no

16 escritório em que já trabalhava antes mesmo de se formar.

Patrocinar um concurso para estudantes costuma ser bom negócio para a empresa. É uma estratégia eficaz para reforçar a imagem

19 diante do mercado — e dos profissionais que atuarão nele — a um custo baixo. Os gastos se limitam à divulgação e aos prêmios. Algumas companhias já fazem anualmente esse tipo de evento. Para algumas

22 companhias, provocar a criatividade dos estudantes traz ganhos ainda mais práticos.

“Temos interesse em aproveitar realmente as idéias apresentadas

25 pelos candidatos”, afirma o presidente da Alcoa Alumínio, Adjarma Azevedo. O mote do prêmio bancado pela empresa é o desenvolvimento de produtos aplicáveis a qualquer área da companhia,

28 da fábrica à administração. “Queremos estudantes que se destaquem no concurso para trabalhar com a gente”, diz Azevedo. Como a escolha dos vencedores das competições do gênero costuma ser feita no

31 segundo semestre de cada ano, a fase atual é a das inscrições. É hora de ficar de olho nas oportunidades.

Maurício Oliveira. **Estréia do diploma. In: Veja online**, 17/4/2002. Internet: <[http://www2.uol.com.br/veja/idade/educação/170402/p\\_112.html](http://www2.uol.com.br/veja/idade/educação/170402/p_112.html)> (com adaptações).

**QUESTÃO 7**

Com relação às idéias do texto LP-III, julgue as associações propostas nos itens abaixo.

**I Parágrafo 1**

A maior oportunidade de recém-formados entrarem no mercado de trabalho é a inscrição nos concursos patrocinados por empresas interessadas em identificar novos talentos.

**II Parágrafos 1 e 2**

O caminho de jovens universitários e formados é árduo até encontrarem emprego; por isso eles ficam ansiosos por uma oportunidade no mercado de trabalho. É conveniente as empresas promoverem concursos para estudantes, com o que reforçam a imagem empresarial e a dos profissionais que atuarão no mercado de menos valia.

**III Parágrafo 2**

O patrocínio de concurso para estudantes costuma ser bom negócio para as empresas, pois tal estratégia reforça a imagem empresarial diante do mercado, a baixo custo: a divulgação e os prêmios. Algumas companhias já fazem isso.

**IV Parágrafo 3**

Algumas empresas têm interesse em estudantes que se destaquem pela originalidade das idéias, para trabalhar com elas; por isso, é hora de os estreates no mercado ficarem de olho nessas oportunidades.

**V Texto inteiro**

Um bom caminho para jovens ingressarem no mercado de trabalho pode ser a inscrição em concursos patrocinados por empresas em busca de novos talentos; por isso, se a escolha se dá no segundo semestre de cada ano, é conveniente estar atento a tais oportunidades.

**VI Texto inteiro**

O texto objetiva fazer um chamamento bilateral: aos jovens, para que estejam atentos às oportunidades que o mercado oferece a novos talentos; às empresas, para que contribuam, com a oferta de empregos, para minimizar o grave problema enfrentado atualmente, qual seja, o grande número de desempregados.

A quantidade de associações corretas é igual a

- A 2.      B 3.      C 4.      D 5.      E 6.

**QUESTÃO 8**

Patrocinar um concurso para estudantes costuma ser bom negócio para a empresa. É uma estratégia eficaz para reforçar a imagem diante do mercado — e dos profissionais que atuarão nele — a um custo baixo. Os gastos se limitam à divulgação e aos prêmios. (...) Para algumas companhias, provocar a criatividade dos estudantes traz ganhos ainda mais práticos.

O trecho acima, correspondente ao segundo parágrafo do texto LP-III, permaneceria correto e manteria o sentido original, caso os termos nele sublinhados fossem substituídos, respectivamente, por

- A Bancar, útil, de pouca envergadura, cerceiam e formandos.**
- B Propiciar, bom, insignificantes, reduzem e acadêmicos.**
- C Provocar, mercadológico, mínimo, têm pouca importância e profissionais.**
- D Produzir, favorável, econômica, conformam e formados.**
- E Promover, eficiente, reduzido, resumem e universitários.**

**QUESTÃO 9**

Assinale a opção cujo fragmento de texto está gramaticalmente correto.

- A** Marcello Rodante, o advogado recém-formado, disse que o prêmio lhe abriu algumas portas e que vai continuar abrindo, pois passou a fazer parte de seu currículo.
- B** Marcello, de 23 anos foi o vencedor da edição 2001, de um concurso de monografias de escritórios de advocacia muito respeitadas no país.
- C** Rodante, o exemplo mencionado escrevendo a cerca das controvérsias do novo Código Civil, passou pelo censura de uma comissão de especialistas.
- D** O presidente da Alcoa Alumínio, Adjarma Azevedo disse que temos na firma, interesse em aproveitar realmente as idéias apresentadas pelos candidatos.
- E** O prêmio bancado na empresa Alcoa é desenvolver produtos ligados às área da companhia; diz Azevedo que querem estudantes destacáveis, para trabalhar com a gente.

Opções adaptadas de Maurício Oliveira. *Estréia do diploma. In: Veja online*. 17/4/2002.  
Internet: <[http://www2.uol.com.br/veja/idade/educação/170402/p\\_112.html](http://www2.uol.com.br/veja/idade/educação/170402/p_112.html)>.

**QUESTÃO 10**

Assinale a opção correta quanto aos princípios de concordância e de regência.

- A** Nosso interesse e preferência está em aproveitar as idéias apresentadas pelos candidatos mais jovens do que dos mais experientes.
- B** Queremos, para trabalhar na empresa, os que se destacam, pela criatividade, dentre os demais.
- C** A empresa visa o desenvolvimento de produtos aplicáveis à quaisquer áreas da companhia.
- D** Devido a escolha dos vencedores ser feita no segundo semestre, a época das inscrições estão abertas.
- E** Está na hora de ficar, senhores e senhoras interessados, de olhos abertos nas oportunidades.

**LÍNGUA INGLESA****Text LI-I – questions 11 through 13**

The priority environmental concerns in the San Francisco River Basin (SFRB) are thought to include soil loss, and contamination by organic pollutants and heavy metals, which will be systematically identified and quantified through the activities of this project. The SFRB is a very complex area, in which development has occurred in a historically haphazard and sectorized manner, with relatively little integrated planning, and within a relatively weak institutional framework. This has resulted in a less than optimal use of its water resources and degradation of the coastal zone, the root causes of which will be identified during the conduct of this project. Large stretches of river have been regulated, altering natural river flows that coincided with fish spawning periods. In addition, flow modifications have affected the deposition of sediments, nutrients and other contaminants in the system, altered erosion and deposition patterns, accelerated land degradation, and modified the delivery of nutrients to the lower reaches of the basin and the coastal zone. As a consequence, significant modifications in the freshwater, estuarine and marine fauna and flora have occurred.

Serious environmental problems identified in the upper sub-basin include the direct discharge of untreated municipal effluents, and industrial and mining effluents containing heavy metals and cyanides. In addition, there is widespread use of agro-chemicals, and deforestation is occurring on a large scale due to the demand for charcoal and the clearing of land for agricultural use and mining.

Internet: <<http://www.oas.org/usde/sanfrancisco.htm>> (with adaptations).

**QUESTÃO 11**

It can be deduced from text LI-I that

- I three main factors will be dealt with in the mentioned project.
- II the SFRB has been systematically cared for, in a duly identified sectorized way.
- III the use of SFRB water has been optimized for many years now.
- IV the SFRB needs more integrated planning.
- V it is necessary to strengthen the SFRB institutional framework.

The only true items are

- A** I and II.
- B** I and V.
- C** II and III.
- D** III and IV.
- E** IV and V.

**QUESTÃO 12**

It can be concluded from text LI-I that

- A** the root cause of degradation has already been identified.
- B** the deposition of sediments has been removed.
- C** nutrients have contaminated the system.
- D** flow modifications have brought about some undesirable effects on the SFRB.
- E** never before had there been any land degradation.

**QUESTÃO 13**

From text LI-I, it can be deduced that

- I freshwater and marine floras have been markedly affected.
- II municipal liquid waste has caused considerable environmental problems.
- III industrial effluents are now under control.
- IV the presence of cyanides has been detected in the lower sub-basin.
- V the wide use of agro-chemicals is not so spread as it was thought to be.

The only true items are

- A** I and II.                      **C** II and III.                      **E** IV and V.
- B** I and V.                      **D** III and IV.

**Text LI-II – questions 14 and 15**

Brazilian Nile, river of the national integration, old Chico, River of the Corrals. Regardless of the way it is called in the several regions it runs through, the San Francisco River is celebrating 500 years of discovery. When the navigator Americo Vespucio discovered the river in October 4<sup>th</sup> 1501, he did not know that it was the beginning of miscellaneous costumes, beliefs, people, arts and legends that are inextricably linked to the Brazilian History. After five centuries, the level of degradation that the river is found portrays the way the country administrates its natural resources that, although in abundance, may end one day.

The San Francisco River, which has an extension 2.7 thousand km<sup>2</sup>, runs through five Brazilian states: Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Alagoas and Sergipe, from its spring in São Roque de Minas, down to the river mouth in the Atlantic Ocean, at the border of Sergipe and Alagoas states. There are more than 500 cities served by the river basin where 14 million people live, a population larger than that of many countries like Cuba, Sweden, Chile and Paraguay.

Internet: <<http://www.ecolatina.com.br/ambientec/ed04-english/int-chico.html>> (with adaptations).

**QUESTÃO 14**

The San Francisco River

- I can be compared to another river.
- II was discovered in the 15<sup>th</sup> century.
- III played an important role in the Brazilian History.
- IV represents an incomprehensible mixture in the Brazilian culture.
- V abundance may never end.

The only true items are

- A** I and II.                      **C** II and IV.                      **E** IV and V.
- B** I and III.                      **D** III and V.

**QUESTÃO 15**

From text LI-II, it can be deduced that

- A** the San Francisco River runs through the most important Brazilian states.
- B** the San Francisco runs along the border of five Brazilian different states.
- C** more people live within the SFRB than in some countries.
- D** the San Francisco River flows from north to south of Brazil.
- E** there are lots of other totally Brazilian rivers as long as the San Francisco River.







# CONHECIMENTOS DE INFORMÁTICA

Nas questões de 16 a 20, a menos que seja explicitamente informado o contrário, considere que todos os programas mencionados estão em configuração-padrão, em português; que o *mouse* está configurado para pessoas destras e que expressões como clicar, clique simples e clique duplo referem-se a cliques com o botão esquerdo do *mouse*. Considere também que não há restrições de proteção e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios e equipamentos mencionados.

## QUESTÃO 16

Em uma sessão de uso do Internet Explorer 5, executado em um computador cujo sistema operacional é o Windows 98, um usuário, interessado em obter informações acerca de editais de licitações existentes no *site* da CHESF, obteve a página *Web* ilustrada na figura ao lado. Com base nessa figura e com relação ao Internet Explorer 5 e ao Windows 98, julgue os itens a seguir.

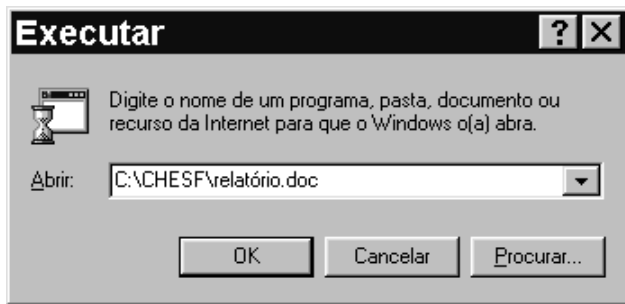



- I É correto concluir que o URL (*uniform resource locator*) indicado no campo **Endereço** não representa o endereço da página *Web* mostrada, pois este URL não possui a estrutura correta de um endereço de Internet. Dessa forma, caso o cursor do *mouse* esteja no campo **Endereço**, ao se teclar , o Internet Explorer 5 não será capaz de encontrar a página solicitada e exibirá uma mensagem de erro.
- II Apesar de o Internet Explorer 5 não constituir um *software* de correio eletrônico, mas sim um *browser*, é possível acessar recursos de *e-mail* por meio da lista de opções disponibilizada ao se clicar o botão .
- III Uma das evoluções encontradas no Internet Explorer 5 com relação a seus predecessores está relacionada à implementação da funcionalidade acessada por meio do botão : ao se clicar esse botão, tanto a página mostrada quanto todas aquelas acessíveis por meio de *hyperlinks* existentes nessa página e nas páginas subseqüentes, que pertençam exclusivamente ao mesmo *site*, são impressas, o que facilita a impressão de informações que normalmente estão distribuídas em diversas páginas de um *site*. Esse recurso deve ser previamente configurado por meio das opções encontradas no *menu* **Ferramentas**.
- IV Muitos *sites* disponibilizam atualmente a seus usuários o que se denomina sala de bate-papo ou sala de discussão, que pode ser normalmente acessada a partir de *hyperlinks* dispostos nas páginas *Web* de um *site*. Para facilitar esse acesso, o Internet Explorer 5 é capaz de identificar a existência desse recurso em um determinado *site* e, por meio de um clique simples sobre um botão especialmente desenvolvido para essa funcionalidade, permite que o usuário acesse uma página de discussão do *site*. Com base na figura acima, é correto concluir que a página mostrada pertence a um *site* que possui recursos de sala de discussão. Assim, ao se clicar o botão , automaticamente o Internet Explorer 5 permitirá ao usuário o acesso ao referido recurso desse *site*.
- V É correto concluir que, ao se clicar o botão  ou o botão , páginas previamente acessadas na sessão de uso do Internet Explorer 5 mencionada acima podem novamente ser visualizadas. É possível configurar o Internet Explorer 5 para que páginas previamente acessadas em uma determinada sessão não sejam carregadas a cada nova solicitação de acesso, economizando assim tempo de *download*, principalmente se o acesso for do tipo *dial-up*, no qual, normalmente, o tempo de uso de uma conexão é tarifado por operadora local de telefonia como uma ligação de telefone.

Estão certos apenas os itens

- A** I e II.      **B** I e III.      **C** II e V.      **D** III e IV.      **E** IV e V.

QUESTÃO 17

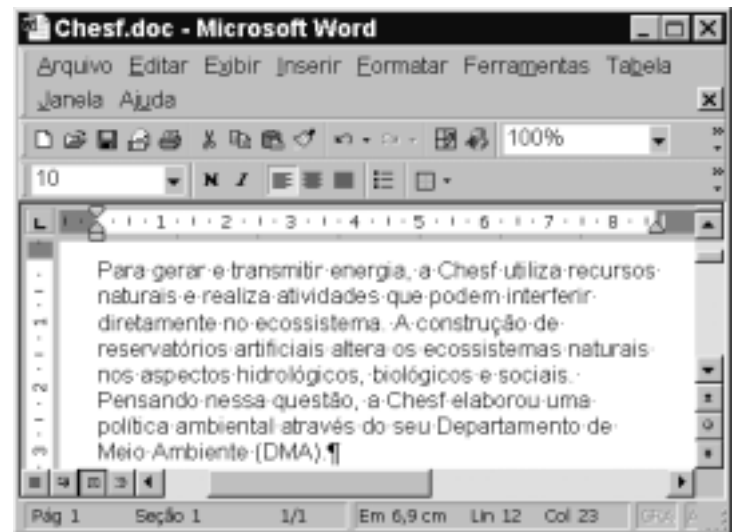


A figura acima ilustra a janela de um aplicativo muito utilizado do Windows 98. No computador em que esse aplicativo está sendo executado, existe, no diretório C:\CHESF, um arquivo denominado relatório.doc, que contém um documento do tipo Word 2000, *software* este que se encontra instalado no referido computador. Nessas circunstâncias, ao se clicar o botão , o Windows 98

- A acusará erro de execução, pois C:\CHESF\relatório.doc não constitui um programa executável.
- B abrirá uma janela do Word 2000 que mostrará em sua área de trabalho o documento armazenado no arquivo relatório.doc.
- C abrirá uma janela do Word 2000 com um documento em branco. Caso se deseje visualizar o documento armazenado no arquivo relatório.doc, deve-se realizar procedimento específico de abertura de documentos do Word 2000.
- D abrirá uma janela do Windows Explorer, cujo campo **Endereço** estará indicando o diretório C:\CHESF, e cujo conteúdo, no qual o arquivo relatório.doc está inserido, estará sendo mostrado.
- E abrirá uma janela do WordPad, aplicativo-padrão associado ao *software* **Executar**, em cuja área de trabalho estará sendo mostrado o conteúdo do arquivo relatório.doc. É normal que, na conversão do padrão Word 2000 para o do WordPad, parte do conteúdo e da formatação do documento armazenado no arquivo relatório.doc seja perdida.






Texto CI – questões 18 e 19

Na figura abaixo, observa-se uma janela do aplicativo Word 2000 com um documento em processo de edição.



QUESTÃO 18



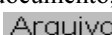
Com base na figura incluída no texto CI e acerca do Word 2000, assinale a opção correta.

- A Para se envolver a palavra “Chesf” com uma moldura, é suficiente clicar sobre essa palavra e, a seguir, clicar no botão .
- B Para se inserir uma marca de tabulação no início do parágrafo mostrado na figura, é suficiente clicar imediatamente antes de “Para”, pressionar e manter pressionada a tecla  e, a seguir, teclar .
- C Caso se clique na barra de título da janela mostrada com o botão direito do *mouse*, será disponibilizada uma lista de opções, entre as quais Salvar e Imprimir.
- D Para se excluir do texto a palavra “artificiais”, é suficiente aplicar um clique duplo sobre essa palavra e, a seguir, clicar em .
- E Caso se deseje inserir, no documento Chesf.doc, o conteúdo de um arquivo armazenado em disquete contendo um texto em Word 2000, é suficiente, no ponto de inserção desejado, clicar em ; na lista de documentos que será mostrada, selecionar o arquivo desejado; clicar **Inserir**.



**QUESTÃO 19**

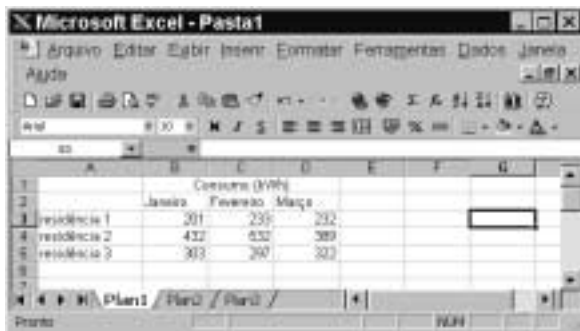
Julgue os itens a seguir, relativos à figura do texto CI e ao Word 2000.

- I O Word 2000 tem um recurso denominado pasta de recuperação, utilizado para armazenar no disco rígido do computador partes selecionadas de diferentes documentos que se deseja reunir em um único arquivo.
- II Ao se clicar em , o documento Chesf.doc será fechado, depois de todas as modificações realizadas serem salvas, e será aberto um novo documento em branco.
- III Caso se queira inserir um cabeçalho no documento, é necessário acessar uma janela específica para digitar o texto desejado para o cabeçalho. Para isso, é suficiente clicar na opção Cabeçalho, no menu .
- IV Para se selecionar todo o parágrafo do documento mostrado na figura, é suficiente pressionar e manter pressionado o botão esquerdo do *mouse* sobre a palavra “Para”; arrastar o cursor até o ponto final desse parágrafo e, a seguir, liberar o botão do *mouse*.
- V Caso se deseje verificar como ficará a impressão do documento, é suficiente clicar a opção Visualizar impressão, no menu .






Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C II e V.
- D III e IV.
- E IV e V.

**QUESTÃO 20**



A figura acima mostra uma janela do Excel 97, com uma planilha que está sendo elaborada, contendo o consumo mensal de energia elétrica, em kWh, de três residências, em um período de três meses. Com relação a essa figura e ao Excel 97, assinale a opção correta.

- A Considerando que o tamanho de fonte utilizada nas células A3, A4 e A5 é igual a 10, para se alterar esse tamanho para 12, é suficiente selecionar as referidas células e alterar o número 10, em , para 12.
- B Para se calcular a média de consumo diário da “residência 1” no mês de janeiro e pôr o resultado na célula E3, é suficiente realizar a seguinte seqüência de ações: clicar a célula E3; digitar B3:31; teclar .
- C Para se sublinhar os conteúdos das células B2, C2 e D2, é suficiente selecioná-las e clicar .
- D Para se calcular o aumento percentual no consumo da “residência 3”, do mês de fevereiro para o mês de março, e pôr o resultado na célula E5, é suficiente selecionar as células C5 e D5 e, em seguida, clicar .
- E Supondo que o valor cobrado para cada kWh seja igual a R\$ 0,22, para calcular o valor a ser pago pelo responsável pela “residência 3” no mês de março e pôr o resultado na célula E5, é suficiente realizar a seguinte seqüência de ações: clicar na célula E5; digitar D5 x 0,22; teclar .

**CONHECIMENTOS GERAIS**

**QUESTÃO 21**

Na virada do século XX ao XXI, um dos grandes modismos concentrou-se na chamada globalização, apesar de há muito os historiadores tratarem de outras, muito anteriores: toda civilização, produto de uma ou mais culturas, tende a transbordar ao criar seu ecúmeno, seu universo de interior a exterior. A lista é grande, vem da China à Índia, às principais cidades gregas, a Roma, aos mongóis, aos muçulmanos de início árabes, a Portugal, Espanha, Holanda, França, Grã-Bretanha, EUA entre os séculos XX e XXI, em escala mundial, outros em seus espaços contíguos ou de relativamente curta duração, como a Rússia sob a capa de União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), entre muitos mais. O próprio Brasil nasceu em meio à globalização ibérica do século XVI.

Vamireh Chacon. **Muitos globalizados, poucos globalizadores.**  
In: **UnB Revista**, Ano II, n.º 6, p. 56 (com adaptações).

Com o auxílio do texto acima, assinale a opção **incorreta**.

- A Pelo que se depreende da leitura do texto, o autor partilha da tese de que a atual globalização integra um processo histórico de longa duração, não sendo, pois, uma criação inédita da economia capitalista contemporânea.
- B A expansão comercial e marítima européia dos séculos XV e XVI teve nos países da Península Ibérica seus pioneiros condutores e, entre suas conseqüências mais notáveis, está a abertura do Oriente ao comércio europeu.
- C O Brasil — como, de resto, todo o continente americano — aparece aos olhos da chamada Civilização Ocidental como resultado da expansão ibérica do início da Idade Moderna; assim, sua colonização deu-se nos quadros do nascente capitalismo de base mercantil.
- D A Revolução Industrial, iniciada na Grã-Bretanha em meados do século XVIII, consolidou o capitalismo como sistema econômico dominante no Ocidente, alterou profundamente as relações de produção e a configuração da sociedade; por isso, sob o ponto de vista material, é considerada marco fundador do mundo contemporâneo.
- E O imperialismo, cujo grande impulso se deu a partir de meados do século XIX, em muitos aspectos identifica-se com o neocolonialismo e, com exceção da África e de parte do continente asiático, que ficaram à margem, estendeu o capitalismo a diversas partes do planeta, em um processo de mundialização da economia.

**QUESTÃO 22**

O curso das duas décadas que vinculam o ano de 1947 ao de 1968, no âmbito das relações internacionais, foi ditado pela supremacia de dois gigantes sobre o mundo. Os EUA e a URSS assenhoraram-se dos espaços e criaram um condomínio de poder que só foi abalado no final da década de 60 e início da de 70. Existiram, no entanto, nuances no sistema condominial de poder. Da relação *quente* da Guerra Fria (1947-1955) à lógica da coexistência pacífica (1955-1968), as duas superpotências migraram da situação de desconfiança mútua para uma modalidade de convivência tolerável.

José Flávio Sombra Saraiva. **Relações Internacionais: dois séculos de história** -v. II (org.). Brasília: FUNAG/IBRI, 2001, p. 19 (com adaptações).

Tendo o texto acima por referência, julgue os itens que se seguem.

- I A trajetória da Guerra Fria foi marcada por acentuada linearidade, sem alterações significativas ao longo do período, ainda que Washington e Moscou tenham, algumas vezes, *migrado* de posição.
- II O que o autor chama de “sistema condominial” de poder é geralmente conhecido como bipolaridade ou sistema bipolar, que, tendo origem no seio da Segunda Guerra Mundial, correspondeu à ordem internacional da Guerra Fria.
- III Em sua fase inicial, entre fins da década de 40 e a primeira metade da seguinte, a Guerra Fria foi assinalada pela corrida atômica, que, demonstrando às duas superpotências a avassaladora capacidade destrutiva que carregavam, acabou por conduzir às negociações para um sistema de segurança mundial assentado no equilíbrio das armas nucleares.
- IV O ano de 1968 foi emblemático, sob os mais variados sentidos: enquanto as manifestações de rua, no mundo ocidental, quebravam certezas e abalavam convicções — sendo que, nos EUA, a contestação dirigiu-se sobretudo à Guerra do Vietnã —, na área de influência soviética os problemas também não eram pequenos, como se comprova pela dimensão da Primavera de Praga.
- V Desaparecida a URSS e esgotado o modelo de “socialismo real” na Europa Oriental, não há mais sentido falar em Guerra Fria; todavia, aqui e acolá, resquícios permanecem, como exemplificam os casos da Coreia dividida e das relações dos EUA com Cuba.

A quantidade de itens certos é igual a

- A** 1.      **B** 2.      **C** 3.      **D** 4.      **E** 5.

**QUESTÃO 23**

A sociedade do conhecimento e da informação difunde-se e aprofunda-se em todo o mundo. Não há limites para esse avanço. Para que possam cumprir uma missão social maior, devem libertar-se os que se encontram presos a um passado que não cabe mais no presente e muito menos no inexorável futuro, o qual chega cada vez mais rapidamente e cujas feições perceptíveis já se mostram sedentas por informações mais rápidas e por novos saberes. Sem boas e verdadeiras universidades, não alcançaremos a sociedade do conhecimento e da informação. Que venha a autonomia; que venha uma nova universidade pública!

Lauro Morhy. **Universidades: É preciso andar mais rápido!**  
In: **UnB Revista**, Ano II, n.º 6, p. 121 (com adaptações).

A partir do texto acima, assinale a opção **incorreta**.

- A** A “sociedade da informação” e do conhecido a que alude o texto é a que, de maneira geral, mas não uniforme, caracteriza o mundo contemporâneo, resultante das profundas transformações materiais que o século XX produziu e que, sobretudo a partir de suas últimas décadas, assentaram-se em uma verdadeira revolução tecnológica.
- B** Os novos paradigmas que presidem o atual sistema produtivo em escala global permitem que se fale em preparo educacional e cultural de um país como algo tão ou mais importante que suas eventuais riquezas físicas.
- C** No estágio atual da economia, em que os “novos saberes” e a inteligência — como lembra o autor — são a nova fonte de riqueza, pode-se dizer que o sistema educacional brasileiro tem conseguido responder satisfatoriamente aos desafios que lhe são impostos, de que a quase universalização do ensino fundamental seria bom exemplo.
- D** Nessa atual “era do conhecimento”, o dilema que se coloca diante das sociedades — especialmente naquelas que estão defasadas em relação às mais desenvolvidas — é o da escolha entre apartar-se do desenvolvimento, mergulhando em um quadro de inexorável exclusão, ou implementar um plano integrado de desenvolvimento, dedicando atenção especial à educação, ciência e tecnologia.
- E** Pelo que diz o texto e, particularmente, levando-se em conta seu título, infere-se que, para acompanhar as exigências do novo tempo em que se vive hoje, as universidades são peça decisiva para que o país se sintonize com a nova realidade; para tanto, elas devem ser autônomas, ágeis e competentes.

**QUESTÃO 24**

A “revolução de 30” inaugurou uma etapa decisiva do processo de constituição do Estado brasileiro como um Estado nacional, capitalista e burguês. A quebra das autonomias estaduais — suporte das tradicionais oligarquias regionalizadas — resultou na crescente centralização do poder que alocava no Poder Executivo federal os comandos sobre as políticas econômica e social e o aparelho coercitivo-repressivo. Constituiu-se o poder do Estado como poder unificado e genérico, representativo do “interesse geral” em sua concretude. Apesar de iniciado no imediato pós-30, o marco na aceleração desse processo foi a instauração do Estado Novo, em 1937.

Sônia Regina de Mendonça. *As bases do desenvolvimento capitalista dependente: da industrialização restringida à internacionalização*. In: Maria Yedda Linhares (org.). *História geral do Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 1996, p. 282 (com adaptações).

Considerando o texto acima, julgue os itens seguintes, relativos à história política brasileira no período republicano.

- I Ao usar aspas para citar o movimento armado que depôs o presidente Washington Luís, a autora dá a entender também que concorda com aqueles que questionam o caráter revolucionário de 1930.
- II A República Velha foi marcada pelo domínio das oligarquias estaduais, cujo poder se assentava, entre outros aspectos, no clientelismo e nas eleições fraudadas; a partir de 1930, assiste-se à implantação da hegemonia do governo central, que será a tônica da história republicana doravante.
- III A Era Vargas, de maneira geral, correspondeu à modernização das instituições político-administrativas do Brasil, mas, sob o ponto de vista econômico, à reafirmação da vocação agrária do país, desperdiçando-se as oportunidades de industrialização que a Segunda Guerra Mundial trouxera.
- IV O Estado Novo (1937-1945) foi o período em que Vargas consolidou, interna e externamente, sua imagem de grande estadista: ainda que suprimidas as eleições presidenciais, o regime se abre politicamente, até mesmo como meio de não ser confundido com o totalitarismo nazifascista existente à época.
- V O regime liberal-democrático-conservador, que vigorou entre 1946 e 1964, foi marcado por baixas taxas de crescimento econômico, ausência de crises políticas mais pronunciadas e, em termos de política internacional, imune às circunstâncias próprias da Guerra Fria.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.                       C II e IV.                       E IV e V.  
 B I e III.                       D III e V.

**QUESTÃO 25**

Em 2002, a cena política mundial, notadamente a europeia, apresenta motivos de inquietação para os que acreditam nos valores democráticos. A respeito desse quadro, em que eleições propiciam a emergência de posições extremadas, à direita e à esquerda, assinale a opção **incorreta**.

- A Pelo menos duas conseqüências podem ser creditadas aos acontecimentos de 11 de setembro de 2001: mostraram que o terrorismo político também se globalizou, atingindo dimensão até então inimaginável, e enrijeceram ainda mais as posições já conservadoras do governo George W. Bush.
- B Nas eleições francesas, a diminuta diferença de votos a favor de Jacques Chirac sobre Le Pen, no segundo turno, explicitou a perfeita divisão que faz da França, hoje, um país dividido em duas nações.
- C Pode-se falar, na Europa dos dias atuais, da existência de uma onda direitista, como se verificou nas eleições em diversos países, como Áustria, Dinamarca, Portugal, Holanda e Itália.
- D Para muitos analistas, a posição assumida por eleitores europeus reflete o fracasso dos governos social-democratas, os quais, a despeito de alguns êxitos, acabaram por sucumbir, sob muitos aspectos, ante o ideário neoliberal.
- E O discurso direitista europeu tem assumido tom crescentemente agressivo, em especial na defesa de um nacionalismo xenófobo, que também se traduz na insistente oposição aos imigrantes, o que acaba por desvelar uma posição racista.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

### QUESTÃO 26

A prática das relações públicas encontra-se imersa em um universo de comunicação em constante mutação, devido aos novos padrões de relacionamento estabelecidos pela globalização da informação. A partir desse cenário, julgue os itens abaixo.

- I Uma das conseqüências da globalização da comunicação é o reordenamento do tempo e do espaço, a partir da possibilidade de transmissões em tempo real de recantos longínquos do planeta.
- II Como fenômeno recente, do final do século XX, a globalização do mundo tornou-se possível graças ao desenvolvimento da tecnologia de rede, conhecida como Internet, que extinguiu as barreiras geográficas entre os povos do mundo.
- III Um dos paradoxos da globalização da comunicação é o fato de que, ao mesmo tempo em que a informação é disseminada para além de suas fronteiras de origem, significativas desigualdades permanecem no que diz respeito à capacidade de pessoas em diferentes partes do mundo, de diferentes classes sociais na mesma localidade, terem acesso a essa informação e às programações transmitidas pelas redes globais de comunicação.
- IV Embora a produção e a difusão da comunicação e da informação venham se dando em escala global, a recepção e a apropriação dos conteúdos ainda são um fenômeno localizado, pois envolvem indivíduos situados em contextos históricos e sociais particulares.
- V Como versão mais audaciosa da indústria cultural, identificada no início do século XX, a comunicação globalizada é resultado da hegemonia econômica dos conglomerados norte-americanos de comunicação.

A quantidade de itens certos é igual a

- A** 1.      **B** 2.      **C** 3.      **D** 4.      **E** 5.

### QUESTÃO 27

A profissão de relações públicas é regida pela Lei n.º 5.377, de 11/12/67, que define as principais diretrizes do exercício da profissão no Brasil. Os profissionais que fazem parte dessa categoria profissional, além de estarem em consonância com a norma jurídica, devem, também, respeitar o Código de Ética Profissional dos Profissionais de Relações Públicas fixado pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (CONFERP), na Resolução n.º 14, de 20/12/87. Conforme as orientações estabelecidas no referido código de ética, assinale a opção **incorreta**.

- A** Em seus princípios fundamentais, o código de ética deixa claro que o profissional de relações públicas deve agir com responsabilidade social, mas não deve esquecer que seu compromisso primeiro é com a entidade que ele representa e não com a sociedade em geral.
- B** São deveres fundamentais do profissional de relações públicas assumir responsabilidades somente por tarefas para as quais esteja capacitado, reconhecendo suas limitações e renunciando a trabalhos que possam ser por elas prejudicados.
- C** O profissional de relações públicas, ao analisar o trabalho realizado por um colega de profissão, de acordo com os preceitos da ética, deverá efetuar sua crítica de maneira objetiva, construtiva e comprovável, respeitando a honra e dignidade do colega.
- D** Ao contrário do que ocorre com os jornalistas que não são obrigados a revelar suas fontes, o profissional de relações públicas não pode esconder da justiça qualquer fato delituoso, previsto em lei, mesmo quando este puder incriminar ou condenar seu próprio cliente.
- E** O profissional de relações públicas não pode atender a clientes concorrentes, sem prévia autorização das partes envolvidas, nem aceitar contratos em circunstâncias que atinjam a dignidade da profissão e seus princípios éticos.

### QUESTÃO 28

Uma das principais atribuições da área de relações públicas é o estabelecimento e a fixação da imagem/conceito empresarial. A esse respeito, assinale a opção **incorreta**.

- A** A empresa não é mais compreendida como entidade pertencente apenas à esfera econômica, pois sua influência atinge também o ambiente político, social e cultural das sociedades. A imagem da empresa, nesse sentido, passou a ser elemento fundamental no seu relacionamento com o ambiente interno e externo.
- B** A imagem da empresa pode ser considerada como o saldo do balanço entre as percepções e opiniões positivas e negativas dos públicos acerca da empresa. A imagem boa é aquela em que o saldo é positivo.
- C** A consolidação da imagem empresarial está intimamente ligada aos processos de comunicação desenvolvidos pela organização, pois são eles que consolidam os modos de percepção em relação à empresa. Em geral, a comunicação da empresa com o mercado e o ambiente se faz por meio de seus produtos e serviços, relação com fornecedores, revendedores e funcionários, nível de integração com a comunidade e consciência política e social.
- D** A propaganda e outras formas de comunicação institucional atuam como fatores de reforço ou correção da imagem empresarial e devem ser utilizadas pela área de relações públicas a fim de agilizar a realização dos objetivos previstos.
- E** Como resultado de um processo de criação, a imagem da empresa pode ser moldada de acordo com as expectativas projetadas. Caso a empresa vivencie uma realidade que não é a ideal, sua imagem deve ser dissociada dessa realidade em direção a uma situação ideal para que a imagem seja favorável à empresa.

### QUESTÃO 29

Os programas de visitação dirigida são parte da estratégia de relações públicas que visa à aproximação dos segmentos de públicos com as organizações. De acordo com as várias possibilidades de visitas dirigidas disponíveis para uso da área de relações públicas em uma companhia de geração e distribuição de energia elétrica, assinale a opção **correta**.

- A** As visitas do público externo não têm a função de falsear a realidade da companhia; por isso, sua organização é bastante simples, já que as pessoas irão simplesmente passar pelas áreas físicas da empresa, dispensando a etapa formal de planejamento.
- B** Após a crise energética, aumentou o interesse da população por conhecer as companhias de energia e estas devem abrir suas portas ao público sem nenhuma restrição de dias ou horários fixos, como se faz tradicionalmente, para mostrar que o setor está comprometido com a sociedade e empenhado em resolver os problemas que surgirem.
- C** As visitas dirigidas aos familiares dos funcionários, nesses casos, deixam de ser recomendadas devido ao risco inerente ao trabalho desenvolvido em uma usina de geração de energia. A família pode impressionar-se e estimular o funcionário a buscar outra atividade, profissão ou até mesmo outro emprego.
- D** A partir de uma perspectiva marcadamente educativa, as visitas dirigidas têm a capacidade de mostrar o trabalho da companhia de forma direta e interativa, contribuindo para a formação do conceito que as pessoas têm da empresa.
- E** Para atuar estrategicamente no setor elétrico, a área de relações públicas precisa estruturar um programa de visitação dirigido exclusivamente às autoridades públicas que irão decidir acerca das tarifas praticadas pelo setor, enquanto os outros segmentos de público poderão ser atendidos no futuro quando a lembrança da crise já tiver passado.

**QUESTÃO 30**

Tida como uma das principais ferramentas de gestão, atualmente, o planejamento estratégico é encontrado em diversos tipos de organizações. A respeito do uso do planejamento estratégico nas ações de relações públicas, assinale a opção correta.

- A Erroneamente, o planejamento estratégico de relações públicas tem utilizado como base e ponto de partida o planejamento estratégico da própria organização, conferindo um caráter excessivamente econômico às ações de comunicação.
- B O planejamento estratégico propõe que todos da organização sejam envolvidos em sua elaboração e execução, ao contrário do planejamento tradicional realizado pela cúpula administrativa. Esse envolvimento faz que todos pensem e ajam estrategicamente frente às ameaças e oportunidades do ambiente.
- C Por tratar-se de uma forma diferente de realizar o planejamento das atividades de relações públicas, o planejamento estratégico dispensa a apresentação de planos, programas e projetos.
- D O planejamento estratégico de relações públicas, quando efetivado a partir de todos os seus pressupostos básicos, torna-se um instrumento tão poderoso que dispensa o aval da alta administração da empresa, pois a execução ocorre naturalmente após o processo de sua realização.
- E Ao elaborar o planejamento estratégico de relações públicas da organização, é preciso estabelecer de modo claro quais serão as políticas e filosofias adotadas na concepção da proposta. Contudo, o planejamento não deve se ocupar de objetivos e metas, pois estas se referem a cada atividade em particular.

**QUESTÃO 31**

A respeito das possibilidades advindas da realização da pesquisa institucional, julgue os itens abaixo.

- I O diagnóstico organizacional, destinado à formulação de propostas estratégicas, é efetivado com a realização de pesquisa institucional que busca analisar o próprio desempenho da organização em relação aos objetivos estabelecidos.
- II A pesquisa institucional é uma forma de pesquisa interna que se dedica à investigação e crítica das normas e processos da organização, principalmente da área administrativa, a fim de explicar atitudes e opiniões dos públicos com os quais a organização se relaciona.
- III O resultado da pesquisa institucional permite a comparação, em termos quantitativos e qualitativos, da empresa com outras do mesmo setor a fim de analisar sua performance real no mercado.
- IV Por serem os empregados o público-alvo por excelência da pesquisa institucional, o melhor método de coleta de dados é o quantitativo, a partir de questionário estruturado e fechado que permite isenção e distanciamento por parte do executor da pesquisa.
- V Entre os aspectos a serem investigados pela pesquisa institucional, podem-se citar a finalidade e o funcionamento da organização, as atividades da organização, os recursos humanos, os métodos e processos de trabalho e as instalações físicas da empresa.

A quantidade de itens certos é igual a

- A 1.      B 2.      C 3.      D 4.      E 5.

**QUESTÃO 32**

A publicidade eletrônica é uma realidade que invadiu o mundo virtual e tem sido cada vez mais explorada por segmentos representativos do mercado. Em muitos casos, chega a ser uma vantagem competitiva importante para as empresas. Acerca da veiculação da publicidade eletrônica, assinale a opção **incorreta**.

- A Para que o *site* da empresa seja bem-sucedido, é imprescindível que contenha todas as informações que venham a interessar aos usuários, seja suficientemente atraente para chamar a atenção de potenciais usuários, dinâmico em suas relações e, principalmente, seja permanentemente atualizado com informações novas.
- B Uma das melhores formas de divulgação na Internet são os *banners*. Essas pequenas faixas que se encontram nos *sites* de grande fluxo podem transportar o usuário diretamente até o *site* da empresa para que ele obtenha informações adicionais a respeito do assunto que despertou seu interesse.
- C A facilidade tecnológica tornou o *e-mail* um grande aliado da propaganda, pois a empresa pode disponibilizar diretamente na caixa de correio de grande quantidade de pessoas, que se relacionam com ela ou não, as informações que são de seu interesse. Essa modalidade de comunicação é eficiente e recomendada. Sua penetração aproxima-se das mídias de massa.
- D A publicidade eletrônica permite alto grau de interatividade com o consumidor, pois ele pode buscar informações segmentadas, de acordo com seu interesse específico.
- E Atualmente, o fato de a empresa possuir um *site* na *Web* faz parte de seu porta-fólio de competências e demonstra sintonia com as necessidades e vanguardas do mercado.

**QUESTÃO 33**

A assessoria de imprensa é uma das formas de a empresa estar presente na mídia e mostrar-se ao seu público e à sociedade em geral. No entanto, para que essa atividade tenha o resultado desejado é preciso que seja praticada com muito critério pelas organizações. A esse respeito, assinale a opção **incorreta**.

- A Em um momento de crise, a melhor opção da assessoria de imprensa é tentar afastar os jornalistas da empresa para que eles não tenham acesso aos fatos reais.
- B É importante que, dentro de seu programa de comunicação, a empresa se dedique a criar e manter um bom relacionamento com a imprensa. Essa relação, de boavontade recíproca, é valiosa para a empresa, tanto nos seus momentos bons, quanto nos ruins.
- C Para evitar que se crie uma espécie de muralha de reserva entre a imprensa e a empresa, é preciso que, sempre que haja alguma demanda de informação por parte da imprensa, a empresa se preste a atender.
- D É comum o argumento de que os jornalistas não entendem do negócio da empresa, e por isso, distorcem a informação. Para minimizar esse problema real, a empresa pode estabelecer um programa sistemático de envio de informações e convites para que os jornalistas conheçam de perto as operações da empresa.
- E Ao fornecer informações para a imprensa, é importante que o executivo responsável pelo contato, além de prestar oralmente as informações solicitadas, envie um *press release* sintético e claro que contenha as principais informações solicitadas. Essa é uma forma de minimizar as distorções e equívocos nas declarações da empresa.

**QUESTÃO 34**

Os eventos empresariais tornaram-se peça-chave nas campanhas de comunicação e relações públicas, auxiliando atingir objetivos estratégicos, tanto em relação ao público interno, quanto ao externo. Quanto à tipologia e ao papel dos eventos para as empresas, assinale a opção correta.

- Ⓐ O evento promovido por entidades empresariais que reúne pessoas da mesma empresa, segmento ou setor, com o objetivo de integração ou transmissão de informação, é a convenção, a exemplo das convenções de vendas e as de fim de ano, adotadas por muitas empresas.
- Ⓑ O seminário é um tipo de evento utilizado, em geral, por organizações associativas, visando à discussão científica ou técnica de determinado assunto, compondo-se ao longo do período de sua realização por mesas-redondas, palestras, painéis, entre outros.
- Ⓒ A organização de um evento está sempre suscetível a acontecimentos inesperados — é a chamada administração do imponderável. Por isso, o bom senso e a experiência contam mais do que qualquer instrumento formal de planejamento.
- Ⓓ Entre as muitas vantagens decorrentes da realização de eventos diversos em uma empresa, não se encontra a divulgação de notícias. O evento especial não é o caminho que a assessoria de relações públicas deve sugerir para a direção da empresa, se esta necessita de maior divulgação junto à imprensa.
- Ⓔ A realização de videoconferências ou teleconferências tem sido uma prática muito usada pelas empresas, atualmente, devido ao desenvolvimento tecnológico. Sua principal característica é de aproximar as pessoas em um mesmo recinto para que haja troca de idéias e experiências.

**QUESTÃO 35**

Mesmo que não haja intenção deliberada, todos os eventos estão envolvidos em um ambiente de cerimonial e protocolo, seja formal ou informal. São eles que ditam as formas de relacionamento e comportamento dos grupos sociais durante os eventos. O conhecimento das regras de cerimonial é fundamental para que o evento organizado tenha o sucesso esperado. A propósito desse assunto, assinale a opção correta.

- Ⓐ De acordo com as normas do cerimonial público, o presidente da República sempre preside as cerimônias a que comparecer. No entanto, essa regra aplica-se somente ao ambiente público. Para as empresas privadas, a autoridade máxima é o presidente da empresa e é ele quem deve presidir o evento. Caso o presidente da República participe de um evento da iniciativa privada, terá lugar de destaque ao lado direito do presidente da empresa.
- Ⓑ Durante a realização de um evento, é possível que a quantidade de autoridades presentes seja maior que a quantidade de lugares na mesa diretiva. Nesses casos, é possível que a primeira fileira da platéia seja considerada um local de destaque reservado exclusivamente para as pessoas importantes presentes ao evento.
- Ⓒ Em geral, os eventos de empresa, quando pretendem expressar certo grau de formalidade, apresentam alguma formação de bandeiras. De acordo com a ordem hierárquica, essas bandeiras devem ser acomodadas na seguinte ordem crescente de importância, da esquerda para a direita: bandeira do Brasil, bandeira do estado a que pertence a empresa e bandeira da empresa.
- Ⓓ No momento reservado para os pronunciamentos que ocorrem durante as cerimônias, é preciso observar corretamente sua ordem, pois ela expressa o grau de importância de quem falará. A autoridade principal do evento é que deve começar a seqüência dos pronunciamentos.
- Ⓔ Toda empresa possui uma ordem hierárquica que deve ser observada durante a realização das cerimônias, principalmente na definição de lugares na mesa diretora do evento. Mesmo nos eventos em que se pretende homenagear funcionário em nível hierarquicamente inferior da empresa, esse não deve assumir lugar de destaque na mesa, para não demonstrar ruptura na linha de comando da empresa.

**QUESTÃO 36**

A partir dos anos 80, observou-se um crescimento bastante significativo da área de *marketing* nas organizações. No entanto, percebe-se muitas vezes certa superposição entre a atuação das áreas de *marketing* e de comunicação nas empresas. Com finalidades e propósitos muito distintos, é preciso delimitar a abrangência e a competência de cada uma das áreas. Com relação a esse assunto, assinale a opção correta.

- Ⓐ Tanto o *marketing* quanto as relações públicas em suas ações de comunicação dirigem-se ao mesmo segmento da população, seja denominado público-alvo (*marketing*) ou público (relações públicas).
- Ⓑ Por tratar-se de áreas diferenciadas, a comunicação e o *marketing* não devem integrar suas ações, programas e linguagens. Cada uma das áreas precisa seguir seus objetivos estratégicos a fim de garantir maior competitividade à empresa.
- Ⓒ A publicidade, principalmente a de massa, é a forma de comunicação adotada pelo *marketing*, quando este pretende ter êxito em sua campanha. Pode-se dizer que a publicidade é o único e o mais eficiente canal de comunicação do *marketing* com seu público-alvo.
- Ⓓ Mesmo que em essência existam diferenças entre relações públicas, *marketing* e publicidade, em nome da racionalização e otimização de recursos, a organização deve optar por desenvolver a área de *marketing* que, na prática, é mais abrangente e engloba as demais em sua filosofia.
- Ⓔ Enquanto o *marketing* tem a preocupação de focar suas ações no mercado e na venda de produtos/serviços das empresas, as relações públicas voltam-se para o campo institucional, tendo na formação do conceito ou imagem da empresa perante a opinião pública uma de suas principais funções.

**QUESTÃO 37**

A respeito das possibilidades de desenvolvimento do *marketing* institucional, assinale a opção correta.

- Ⓐ Os programas desenvolvidos de acordo com as propostas do *marketing* institucional atuam de forma diferenciada daqueles do *marketing* empresarial e por isso não se pode afirmar que sejam programas cooperativos.
- Ⓑ A fim de preservar sua identidade no mercado, o *marketing* esportivo deve ser praticado somente por empresas ligadas ao ramo do esporte. As outras empresas podem causar impacto negativo na consolidação de suas imagens, se diluírem suas ações em várias frentes.
- Ⓒ Ao optar pela atuação na área do *marketing* social, a empresa busca desenvolver ações que objetivam atenuar ou eliminar problemas sociais e carências da sociedade, principalmente as relacionadas às questões de saúde, educação, trabalho, habitação e nutrição, entre outros.
- Ⓓ Institucionalmente, o *marketing* social pode ser prejudicial à empresa, pois a responsabilidade pela questão social é do Estado e não da iniciativa privada. Essas ações são consideradas demagógicas e, em geral, mal avaliadas pela sociedade.
- Ⓔ A promoção cultural das empresas pela via do *marketing* cultural só interessa economicamente ao setor privado, se o governo estabelecer uma política de subsídios para patrocínios e mecenatos privados, pois o investimento em cultura é bastante elevado e não produz o retorno esperado.

**QUESTÃO 38**

O Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), instituído pelo Decreto n.º 3.296, de 16/11/99, é o responsável pela estrutura de comunicação do governo federal. A partir de sua organização e das diretrizes do referido decreto, assinale a opção **incorreta**.

- A As ações de publicidade do governo, em geral, devem ser executadas por agências de propaganda e não podem ser caracterizadas como promoção pessoal de autoridade ou servidor público.
- B Embora o grande destaque da comunicação de governo seja da publicidade, as ações de comunicação compreendem também as áreas de relações públicas e imprensa.
- C Anualmente, as ações de comunicação são orientadas pelos Planos Anuais de Comunicação (PAC), que têm o objetivo de estabelecer as políticas e diretrizes de comunicação de cada unidade integrante do SICOM.
- D O SICOM é composto pela Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República e as unidades administrativas dos ministérios e dos órgãos da presidência da República responsáveis por gerir a comunicação. As autarquias, fundações e sociedades sob controle direto da União, por fazerem parte da administração indireta, não integram o sistema.
- E Todas as ações publicitárias e contratação de prestadores de serviços de assessorias de comunicação e de relações públicas deverão ser aprovadas previamente pela Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República.

**QUESTÃO 39**

Identificar para quem se dirigem as ações de comunicação das empresas é uma das primeiras tarefas da assessoria de comunicação. Acerca desse tema, assinale a opção **incorreta**.

- A De acordo com a perspectiva de aproximação geográfica, os públicos de uma organização podem ser classificados como interno, misto e externo.
- B Ao planejar estrategicamente as ações, não se deve deixar de considerar os públicos latentes.
- C A definição dos públicos prioritários de uma empresa é algo dinâmico como a sociedade, pois, a partir de aspectos conjunturais, um determinado segmento de público passa a desempenhar papel de destaque junto à empresa.
- D Os funcionários de uma organização podem ser considerados estratégicos e classificados como público interno.
- E A opinião pública é um fenômeno social que tem a capacidade de expressar a opinião da maioria das pessoas que formam o público, e sua composição se dá pelo somatório das opiniões individuais.

**QUESTÃO 40**

A pesquisa de opinião é uma importante ferramenta de apoio ao desenvolvimento das atividades de comunicação por sinalizar de modo seguro qual é a avaliação das pessoas acerca do tema apresentado. A respeito dos limites e possibilidades do uso das pesquisas de opinião, julgue os itens abaixo.

- I A pesquisa de opinião, quando a serviço das relações públicas, tem o propósito de confirmar suposições sobre o estado da opinião pública; clarificar questões em que se tenha pouca informação; e, reorientar o pensamento ou conceitos a respeito dos problemas colocados.
- II É um erro as empresas utilizarem a pesquisa de opinião com a esperança de que seus resultados *apóiem* um determinado ponto de vista particular. Essa visão reducionista pode facilmente levar a um resultado comprometido com a verdade.
- III Para que a pesquisa de opinião reflita a realidade apreendida pelos públicos da organização, é importante que se utilize a técnica do censo.
- IV Embora seja uma técnica de pesquisa muito eficiente, a pesquisa de opinião não consegue identificar a intensidade da opinião do público. Para esse fim é preciso recorrer a outras técnicas de investigação, como a entrevista estruturada em profundidade.
- V Para ser eficiente, a pesquisa de opinião deve ser realizada por meio de entrevistas pessoais, pois as outras técnicas, como telefone, carta ou *e-mail*, embora mais baratas, não obtêm respostas confiáveis, já que o vínculo entre entrevistador e entrevistado não ocorre.

A quantidade de itens certos é igual a

- |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> A 1. | <input type="radio"/> C 3. | <input type="radio"/> E 5. |
| <input type="radio"/> B 2. | <input type="radio"/> D 4. |                            |