



ESTADO DE RORAIMA MUNICÍPIO DE BOA VISTA

Concurso Público

Nível Superior

CARGO 6

Analista Municipal

Especialidade:

Analista em Turismo

Aplicação: 16/5/2004

MANHÃ

CESPE
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Criando Oportunidades para Realizar Sonhos

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Ao receber este caderno, confira se ele contém **cento e vinte** itens, correspondentes às provas objetivas, corretamente ordenados de 1 a 120.
- 2 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 3 Recomenda-se não marcar ao acaso: a cada item cuja resposta diverja do gabarito oficial definitivo, além de não marcar ponto, o candidato receberá pontuação negativa, conforme consta no Edital n.º 1/2004, de 12/3/2004.
- 4 Não utilize nenhum material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE.
- 5 Durante as provas, não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do chefe de sala.
- 6 A duração das provas é de **três horas**, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas — e ao preenchimento da folha de respostas.
- 7 Ao terminar as provas, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe a sua folha de respostas e deixe o local de provas.
- 8 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno, na folha de rascunho ou na folha de respostas poderá implicar a anulação das suas provas.

AGENDA

- I **17/5/2004** – Divulgação, a partir das 10 h (horário de Brasília), dos gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, na Internet — no sítio <http://www.cespe.unb.br> — e nos quadros de avisos do CESPE/UnB, em Brasília.
- II **18 e 19/5/2004** – Recebimento de recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, exclusivamente nos locais e no horário que serão informados na divulgação desses gabaritos.
- III **8/6/2004** – Data provável da divulgação (após a apreciação de eventuais recursos), no Diário do Município de Boa Vista e nos locais mencionados no item I, do resultado final das provas objetivas e da convocação para a avaliação de títulos.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido no item 13 do Edital n.º 1/2004, de 12/3/2004.
- Informações relativas ao concurso poderão ser obtidas pelo telefone 0(XX) 61 448 0100 ou pela Internet, no sítio <http://www.cespe.unb.br>.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

- De acordo com o comando a que cada um dos itens de 1 a 120 se refira, marque, na **folha de respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenadas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a folha de rascunho e, posteriormente, a **folha de respostas**, que é o único documento válido para a correção das suas provas.
- Nos itens que avaliam **Conhecimentos de Informática**, 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 destros 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, de funcionamento e de uso em relação aos programas, arquivos, diretórios e equipamentos mencionados.

CONHECIMENTOS BÁSICOS

Texto I – itens de 1 a 15

Palavras e idéias

1 Há alguns anos, o Dr. Johnson O'Connor, do Laboratório
de Engenharia Humana, de Boston, e do Instituto de Tecnologia,
de Hoboken, Nova Jersey, submeteu a um teste de vocabulário cem
4 alunos de um curso de formação de dirigentes de empresas
industriais, os executivos. Cinco anos mais tarde, verificou que os
10% que haviam revelado maior conhecimento ocupavam cargos
7 de direção, ao passo que dos 25% mais fracos nenhum alcançara
igual posição.

10 Isso não prova, entretanto, que, para vencer na vida,
basta ter um bom vocabulário; outras qualidades se fazem,
evidentemente, necessárias. Mas parece não restar dúvida de que,
dispondo de palavras suficientes e adequadas à expressão do
13 pensamento de maneira clara, fiel e precisa, estamos em melhores
condições de assimilar conceitos, de refletir, de escolher, de julgar
do que outros cujo acervo léxico seja insuficiente ou medíocre para
16 a tarefa vital da comunicação.

19 Pensamento e expressão são interdependentes, tanto é
certo que as palavras são o revestimento das idéias e que, sem elas,
é praticamente impossível pensar. Como pensar que amanhã vou
para o trabalho às 8 horas, se não prefiguro mentalmente essa
atividade por meio dessas ou de outras palavras equivalentes? Não
22 se pensa *in vacuo*. A própria clareza das idéias (se é que as temos
sem palavras) está intimamente relacionada com a clareza e a
precisão das expressões que as traduzem. As próprias impressões
25 colhidas em contato com o mundo físico, por meio da experiência
sensível, são tanto mais vivas quanto mais capazes de serem
traduzidas em palavras — e, sem impressões vivas, não haverá
28 expressão eficaz. É um círculo vicioso. Sem dúvida, nossos hábitos
lingüísticos afetam e são igualmente afetados pelo nosso
comportamento, pelos nossos hábitos físicos e mentais normais,
31 tais como a observação, a percepção, os sentimentos, a emoção, a
imaginação. De forma que um vocabulário escasso e inadequado,
incapaz de veicular impressões e concepções, mina o próprio
34 desenvolvimento mental, tolhe a imaginação e o poder criador,
limitando a capacidade de observar, de compreender e até mesmo
de sentir. Não se diz nenhuma novidade ao afirmar que as palavras,
37 ao mesmo tempo que veiculam o pensamento, condicionam-lhe a
formação. Há século e meio, Herder já proclamava que um povo
não podia ter uma idéia sem que para ela possuísse uma palavra.

40 Portanto, quanto mais variado e ativo é o vocabulário
disponível, tanto mais claro, tanto mais profundo e acurado é o
processo mental da reflexão. Reciprocamente, quanto mais escasso
43 e impreciso, tanto mais dependentes estamos do grunhido, do grito
ou do gesto, formas rudimentares de comunicação capazes de
traduzir apenas expansões instintivas dos primitivos, dos infantes
46 e... dos irracionais.

Othon Moacir Garcia. *Comunicação em prosa moderna*.
8.ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 1980, p. 155-6 (com adaptações).

Com relação ao texto I, julgue os itens a seguir.

- 1 O título do texto está relacionado predominantemente ao penúltimo parágrafo do texto, em que é defendida a hipótese de que palavras e idéias são a base do processo mental de todos os seres vivos.
- 2 Segundo o autor do texto, as palavras são essenciais não só à expressão das idéias como também à configuração do pensamento humano.
- 3 Segundo o autor do texto, a pesquisa por ele citada, no primeiro parágrafo, não é suficiente para sustentar a tese de que as pessoas que manifestam melhor desempenho lingüístico são mais bem sucedidas do que aquelas com baixo desempenho nessa competência.
- 4 O tema do texto, a relação entre pensamento e expressão verbal, está apresentado, de início, sob a forma de uma descrição, a que se segue uma narração.
- 5 Há, entre as informações do primeiro parágrafo e as idéias desenvolvidas no segundo, relação de adversidade, representada pela palavra “entretanto” (l.9).
- 6 De acordo com o texto, pensamento e expressão são interdependentes, porquanto as impressões do mundo são tanto mais vivas quanto mais capazes de serem traduzidas em palavras.
- 7 Para o autor do texto, a clareza, a profundidade e a acuidade do processo humano de reflexão relacionam-se à variedade e à precisão do vocabulário ativo dos indivíduos.

Com referência ao emprego das palavras no texto I e aos princípios de sintaxe oracional, julgue os itens subsequentes, referentes à frase “Não se pensa *in vacuo*.” (l.21-22).

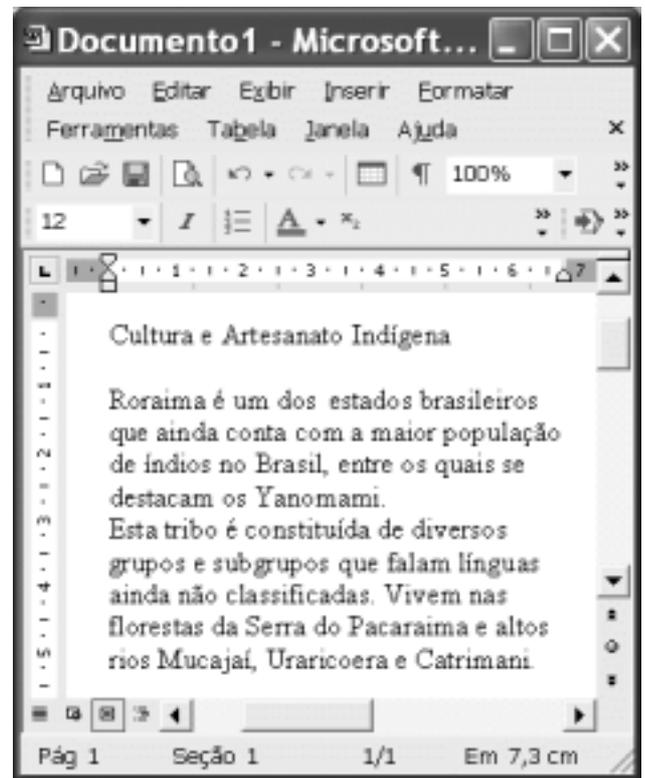
- 8 Essa frase classifica-se como um período simples, uma vez que possui uma única oração, denominada absoluta.
- 9 Por ser a oração iniciada por um advérbio de negação, não existe sujeito sintático oracional.
- 10 O núcleo do predicado é a forma verbal “pensa”, que, flexionada no modo indicativo, expressa atitude de certeza do autor em relação ao fato que ele enuncia.
- 11 A expressão “*in vacuo*” está grafada em itálico por ser um termo de procedência estrangeira.

Em cada item abaixo, um trecho do texto I está indicado e seguido de uma proposta de reescritura, que deve ser julgada quanto à correção gramatical e à manutenção das idéias do fragmento original.

- 12 “Mas parece (...) da comunicação” (l.11-16): Todavia, parece indubitável que, possuindo as palavras necessárias e próprias à manifestação do pensamento de forma clara, fidedigna e precisa, os indivíduos estão em condições superiores de absorverem conceitos, de fazerem reflexões, escolhas, julgamentos do que de outros cujo conjunto de vocabulário não seja suficiente, ou seja mediano, à comunicação.
- 13 “nossos hábitos lingüísticos (...) a imaginação” (l.28-32): os hábitos de linguagem comprometem e são parcialmente comprometidos pelo comportamento, pelos hábitos físicos e mentais, como, por exemplo: observação, percepção, ressentimentos, emoção e imaginação.
- 14 “Há século e meio (...) uma palavra” (l.38-39): Faz um século e meio que Herder clama que ninguém diz sequer novidade ao afirmar que as palavras à proporção que veiculam o pensamento, condicionam a formação do povo, o qual não poderia ter uma idéia, sem possuir para ela uma forma.
- 15 “Portanto, quanto mais (...) dos irracionais” (l.40-46): Um vocabulário pobre e não adequado é inútil para expressar impressões e conceitos; prejudica o seu desenvolvimento mental, diminui a imaginação e o poder criativo, reduzindo a capacidade de observar, compreender e até mesmo de sentir.

Julgue os fragmentos de texto nos itens subseqüentes quanto à grafia, à pontuação, à regência e ao emprego do sinal indicativo de crase.

- 16 Dominar um vocabulário preciso e criterioso é requisito imprescindível à elaboração eficiente de textos escritos.
- 17 Manejar um bom vocabulário não significa impressionar os outros com um punhado de palavras difíceis e desconhecidas; o que importa é conhecer e utilizar as necessárias à produção de textos claros e enxutos.
- 18 As melhores palavras são as mais eficazes, e não as mais pomposas; há não ser nos discursos prolixos e demagógicos, cujo exagero verbal procura encobrir a pobreza do conteúdo.
- 19 Às vezes, o significado decorre de fatores sociais sutis, conforme se verifica, por exemplo, no uso da palavra “progresso” no discurso de um executivo e no uso da mesma palavra em uma publicação de um grupo radical de defesa do meio ambiente.
- 20 O nível do vocabulário utilizado decorre, dos fatores que condicionam à elaboração do texto: o assunto tratado, a finalidade que se propõe, o receptor a que se dirige e o veículo de divulgação utilizado.



Considerando a figura acima, que ilustra uma janela do Word 2002 com um documento em edição, julgue os itens subseqüentes, relativos ao Word 2002.

- 21 Por meio de opção encontrada no menu **Inserir**, é possível inserir no documento em edição um arquivo com extensão .doc que esteja gravado em disquete.
- 22 Para se excluir toda a primeira linha mostrada do documento em edição, é suficiente selecionar a referida linha por meio da aplicação de um clique duplo sobre a mesma e, a seguir, teclar .
- 23 Considere o seguinte procedimento: selecionar todo o documento em edição; clicar a opção Layout de impressão no menu **Exibir**; na janela decorrente dessa ação marcar o campo Numeração de linhas. Após esse procedimento, todas as linhas do texto mostrado ficarão numeradas.
- 24 O menu **Ferramentas** disponibiliza recurso por meio do qual é possível alterar configuração do Word 2002 referente ao ocultamento de erros de ortografia no documento em edição.



Considerando a janela do Internet Explorer 6 (IE6), ilustrada acima, julgue os itens a seguir, relativos à Internet e ao IE6.

- 25 Para que um computador possa se conectar à rede mundial de computadores é necessário que o seu endereço IP seja cadastrado ao Ministério das Comunicações, que detém a coordenação nacional dessa rede no Brasil.
- 26 Ao se clicar o botão , será aberto na área de trabalho do IE6 um campo no qual é possível realizar pesquisa de conteúdo em sítios da Web.
- 27 Para que uma conexão com a Internet seja segura, em que técnicas de proteção contra vírus de computador e contra *hackers* são empregadas, é suficiente clicar o botão  antes de se conectar a um determinado sítio.



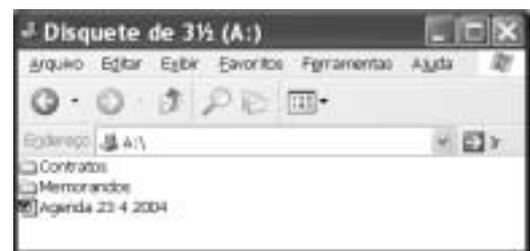
Considerando a janela do Outlook Express 6 ilustrada acima, julgue os itens seguintes.

- 28 Ao se clicar o botão , a palavra selecionada — CESPE — será excluída do corpo da mensagem de correio eletrônico mostrada. Após a sua exclusão, a palavra poderá ser novamente incluída na referida mensagem, em sua posição original, por meio de recurso disponibilizado no *menu* **Editar**.
- 29 Ao se clicar o botão , a mensagem de correio eletrônico mostrada será enviada a três destinatários e, quando forem lidas, cada um destes terá acesso aos endereços de correio eletrônico dos outros dois.



A figura acima mostra uma janela do Excel 2002, com uma planilha que está sendo elaborada por um usuário, contendo dados relativos a duas compras à prestação por ele feitas, de um relógio e de uma TV. Com relação a essa janela, julgue os itens a seguir.

- 30 Para calcular o total pago na compra do relógio, nos três meses mostrados, colocando o resultado na célula E3, é suficiente clicar a célula E3; digitar =soma(B3:D3) e, em seguida, teclar .
- 31 Para mesclar as células B1, C1 e D1, de forma que essas células sejam combinadas em apenas uma célula, é suficiente realizar a seguinte seqüência de ações: clicar a célula B1; pressionar e manter pressionada a tecla ; clicar a célula D1; liberar a tecla ; clicar .



A figura acima mostra uma janela do Windows XP. Com relação a essa figura e ao Windows XP, julgue os itens seguintes.

- 32 Ao se aplicar um clique duplo no ícone , será exibido um *menu* com diversas opções, entre as quais a opção *Propriedades*, que permite exibir as propriedades do arquivo associado a esse ícone.
- 33 Caso o disquete inserido na unidade de disco A: esteja protegido contra gravação, o ato de clicar o ícone  e teclar a tecla  não causará a exclusão do arquivo associado a esse ícone.

Com relação a conceitos de *hardware* de computadores do tipo PC, julgue os itens seguintes.

- 34 A memória RAM, também conhecida como disco rígido, consiste em uma memória magnética que permite o armazenamento permanente de dados e programas do computador.
- 35 O disquete de 3 1/2" mais popular consiste em um disco para armazenamento permanente de dados e programas, que é capaz de armazenar uma quantidade de dados superior a 1,4 *gigabytes*.

Uma das maiores organizações não-governamentais (ONGs) ambientais do planeta, o Fundo Mundial para a Natureza (WWF) é uma amostra de como a luta pela defesa do meio ambiente ganhou dimensões gigantescas nessa virada de milênio. A ONG funciona como uma federação de entidades autônomas, controlada por um secretariado central baseado na Suíça. Está presente em 96 países, dos quais 29 com escritórios. A maioria deles atua de maneira independente, com a responsabilidade apenas de colaborar com o WWF em projetos globais. No Brasil, a ONG tem 70 empregados e 76 programas e projetos em andamento. A organização arrecada cerca de 330 milhões de dólares por ano, boa parte originária de doações milionárias e de anuidades pagas por seus 5 milhões de associados. O grosso do dinheiro, porém, vem da venda de produtos licenciados com o logotipo da organização, um simpático panda.

Luiz Guilherme Megale. *Ambientalismo multinacional*. In: *Veja Ecologia*, edição especial n.º 22, ano 35, 1.783/A, dez./2002, p. 61 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência inicial e considerando a abrangência do tema por ele focalizado, julgue os itens seguintes.

- 36 A preocupação com a preservação das condições de vida no planeta é uma tendência que tem crescido a partir das últimas décadas do século passado, paralelamente ao surgimento e à expansão de organizações sociais, de que a WWF é exemplo marcante.
- 37 Tem-se ampliado significativamente o número de ONGs dedicadas à proteção da natureza, o que pode ser explicado, em larga medida, pelos métodos sempre pacíficos e ordeiros que elas utilizam na defesa de suas causas.
- 38 Entre as mais famosas organizações ambientalistas do mundo, lugar de destaque é ocupado pelo *Greenpeace*, conhecido pelos protestos barulhentos e chamativos que protagoniza, muitos dos quais a bordo de um dos navios que o grupo possui.
- 39 No Brasil, entre as mais conhecidas organizações voltadas para a causa do meio ambiente está a Fundação SOS Mata Atlântica, que se dedica à defesa do que sobrou da floresta que cobria praticamente todo o litoral brasileiro.
- 40 Há consenso, entre os especialistas, de que a chave do sucesso de uma ONG como a WWF consiste em sua estrutura rigidamente centralizada, que possibilita atuação uniforme em todo o planeta, resultante do pesado controle exercido sobre as entidades nacionais a ela filiadas.

A proporção de pobres na população mundial caiu praticamente à metade entre 1981 e 2001, mas a melhoria foi mal distribuída e, na América Latina, o panorama da indigência não se alterou. É o que mostra o relatório Indicadores de Desenvolvimento Mundial 2004, divulgado pelo Banco Mundial. Segundo o levantamento anual do banco, a fatia de pessoas vivendo com menos de US\$ 1 por dia — considerada, pela instituição, a linha de indigência — era de 39,5% da população total do planeta (1,45 bilhão) em 1981 e caiu para 21,3% (1,1 bilhão) em 2001. Na América Latina e no Caribe, no entanto, a evolução foi quase inexistente, com a proporção de indigentes recuando de 9,7% para 9,5% no mesmo período.

Jornal do Brasil, 24/4/2004, p. A17 (com adaptações).

Tendo esse texto como referência inicial e considerando os múltiplos aspectos que o tema suscita, julgue os itens subseqüentes.

- 41 No período analisado pelo Banco Mundial, que corresponde às duas últimas décadas do século passado, as políticas econômicas adotadas por quase todos os países latino-americanos foram essencialmente intervencionistas e exigiram forte presença estatal em sua execução.

42 Lançado no Brasil em meados da década passada, o Plano Real não apenas estabilizou a economia brasileira, domando um processo inflacionário persistente, como também reduziu sensivelmente as desigualdades sociais no país.

43 De maneira geral, o fraco desempenho da América Latina no combate à pobreza é reflexo da péssima distribuição de renda, que, com suas fundas raízes históricas, caracteriza o continente.

44 Sabe-se que, no continente asiático, China e Índia são países que, impulsionados pelo forte avanço de suas economias, registram mais progresso na área social, contribuindo decisivamente para a diminuição da pobreza mundial.

45 Embora apresentando altos níveis de desigualdade, a América Latina avançou significativamente na crucial questão da distribuição da renda produzida.

46 A manutenção de elevados níveis de pobreza não denota, apenas, um grave problema social, pois inviabiliza o próprio desenvolvimento sustentado, a começar pelo fato de que revela, entre muitas outras deficiências, a existência de mão-de-obra não-qualificada e de pessoas inabilitadas a participar do sistema produtivo.

47 O atual estágio da economia mundial, comumente chamado de globalização, caracteriza-se por profundas inovações, sendo a mais visível delas a redução da distância entre o desenvolvimento de países ricos e o de países pobres.

Pelo fato de ser o centro político-administrativo de Roraima, Boa Vista torna-se pólo irradiador do desenvolvimento do estado e, simultaneamente, ponto de referência para as grandes questões locais. Assim, a homologação da demarcação de áreas indígenas ou a ação considerada ilegal de garimpeiros em algum ponto do território estadual são fatos que repercutem intensamente na capital e dela exigem manifestação. Relativamente a esse assunto, julgue os itens que se seguem.

48 A principal celeuma surgida em torno da homologação da demarcação da reserva Raposa/Serra do Sol diz respeito a sua dimensão territorial: para alguns, é terra em demasia para poucos indígenas; para outros, a área é insuficiente para os indígenas.

49 Um dos argumentos utilizados pelos que defendem a demarcação da reserva Raposa/Serra do Sol de forma descontínua é a necessidade de se defender a soberania nacional em uma extensa faixa de fronteira.

50 Para os especialistas, a polêmica em torno da reserva Raposa/Serra do Sol deriva do fato de ela ser a primeira área indígena demarcada em Roraima.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Turismo é o movimento de pessoas, por tempo determinado, para destinações fora de seu local de residência, e as atividades realizadas durante o tempo de permanência nas localidades visitadas.

Congrés de L'aïest, 31.º 1981 (com adaptações).

Turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações de compra e venda de serviços turísticos, efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.

Conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.

EMBRATUR, 1992 (com adaptações).

A partir dos fragmentos de textos acima e do tema por eles abordado, julgue os itens que se seguem.

- 51** O turismo de massas, como atividade, permanece relativamente jovem, e se, por um lado, apresentou taxas de crescimento sem precedentes nas três últimas décadas, o estudo do turismo, inevitavelmente, sofre da falta de maturidade de que dispõem outras disciplinas e áreas temáticas.
- 52** A importância econômica do turismo no Brasil tem garantido crescente atenção governamental e internacional, acompanhada da necessidade de se definir e avaliar todos os seus aspectos.
- 53** Os turistas gastam seu dinheiro em uma grande variedade de mercadorias e serviços, o qual pode ser visto como uma injeção de demanda na economia receptora. Entretanto, o valor dessas despesas representa apenas uma parte do impacto econômico causado.
- 54** A determinação das estratégias, da utilização dos recursos, da definição dos produtos e da implantação dos planos turísticos para um local está intrinsecamente ligado à sua história, sua cultura, sua política, suas lideranças e da própria relação existente entre o setor público e privado.
- 55** É preciso reconhecer que não existem doutrinas, receitas ou simples elixires mágicos. Os comerciantes das localidades turísticas são orientados com teorias econômicas, tendências demográficas e industriais, previsões, opiniões, casos e experiências práticas.

O país, o turismo e a hospitalidade

A atividade econômica fundamentada no turismo é recente no Brasil. Desenvolveu-se fortemente nas duas últimas décadas do século passado, fruto da abertura de mercado. Várias empresas ofereceram, por meio de muita propaganda, atrativos naturais e transformados, contudo, várias vezes sem nenhuma infra-estrutura, ocasionando vieses em relação à satisfação do cliente final, nesse caso, o turista ou hóspede. Frequentemente, o cliente final não era de procedência do mercado interno, mas sim do mercado estrangeiro, o que criou uma imagem negativa do país no exterior.

Atualmente, ainda persistem algumas atividades isoladas de algumas instituições que, por inocência ou má-fé, ou até mesmo por aquela verve direcionada à área de vendas, campanhas e programas de comunicação, levam ao pretense turista estrangeiro uma imagem erroneamente dedicada aos “3S” (sol, sexo e sorriso), prejudicando sobremaneira grande parte da imagem positiva que o país poderia ter perante a comunidade internacional.

Edmir Kuazaqui. Marketing turístico e de hospitalidade. Makron Books, p. 51-2 (com adaptações).

Considerando o assunto abordado no texto acima, julgue os itens a seguir.

- 56** É correto afirmar que no Brasil existe apenas o turismo dos “3S” (sol, sexo e sorriso).
- 57** Em geral, a infra-estrutura oferecida proporciona plena satisfação ao cliente final.
- 58** Os turismos de saúde, temático e social são exemplos típicos aplicados no Brasil.
- 59** A reciclagem de lixo urbano proporciona isoladamente uma demanda turística efetiva.
- 60** Além de pesquisa, divulgação e preservação das tartarugas, o projeto TAMAR faz um trabalho único de conscientização junto à comunidade, criando uma infra-estrutura para a população local, educando-a e criando condições de subsistência e qualidade de vida em geral.
- 61** Do ponto de vista ambiental, o produto é o meio mais rentável para o desenvolvimento do país.

Com relação ao turismo no Brasil, julgue os itens subseqüentes.

- 62** As agências de viagem realizam a prestação de serviços relativos a excursões do Brasil para o exterior, podendo representar, no caso, o papel de varejistas.
- 63** A hotelaria pode ser compreendida como uma das principais atividades do turismo, já que atende a uma necessidade básica para sua realização.
- 64** As histórias do turismo e dos transportes, de certa forma, pois, por definição, turismo não subentende deslocamento — isto é, transporte.
- 65** É correto afirmar que o produto turístico possui as seguintes características: estático, estocagem, sazonalidade, diversificação, instabilidade e abstrato.

- 66 No turismo virtual, pode-se ir para museus, praças, bibliotecas e até para Marte em uma viagem simulada. Pode-se conhecer a cultura local, conversar com pessoas e conhecer o local antes da viagem.
- 67 O turismo pode ser considerado um fator de degradação do meio natural devido a seus equipamentos e a certas formas de utilização, mas essa atividade não é a única que agride a natureza.
- 68 As pesquisas de *marketing* turístico são classificadas em numéricas e geográficas.
- 69 Na prática da pesquisa de *marketing* em turismo, é comum definir objetivos primários e secundários.
- 70 A macroeconomia é o campo da economia que estuda as atividades econômicas agregadas. Investiga o funcionamento da economia em sua totalidade e procura identificar os determinantes estratégicos dos níveis do produto e da renda nacional, do emprego e dos preços.
- 71 O turismo não tem custos sociais e não altera ou distorce padrões culturais.
- 72 A concorrência turística, assim como a atração e manutenção de negócios, envolve a criação de uma imagem. As imagens das localidades são muito influenciadas pelas paisagens criadas, geralmente no cinema e na televisão, algumas vezes pela música e, em outros casos, por artistas populares e celebridades.
- 73 Os planos de desenvolvimento econômico das localidades não devem enfatizar a contribuição da indústria de turismo e viagem.
- 74 Uma segmentação maior do mercado resultará em melhores informações, desenvolvendo o *marketing* estratégico e a administração de turismo.
- 75 Vários viajantes unem viagens de negócios e pessoais, sem qualquer interesse nas atividades culturais e recreativas, o que obriga as localidades a utilizarem o *marketing* cruzado.
- 76 A vinda de visitantes estrangeiros ao Brasil, atraídos pelas belezas naturais, desperta nesses turistas o interesse pela herança cultural local.
- 77 A concorrência no turismo torna-se pernicioso à medida que o desenvolvimento supera a demanda, que, junto com a sazonalidade, pode causar conseqüências devastadoras em uma economia que depende dessa atividade.
- 78 A indústria de parques temáticos no Brasil, apesar de jovem e ainda pouco numerosa, tem demonstrado capacidade de crescimento acelerado nos últimos anos e se diferencia da cultura empresarial do resto do mundo.
- 79 O turismo religioso é uma modalidade que movimenta um pequeno número de peregrinos em uma viagem por devoção a algum santo ou a um local sagrado.
- 80 As companhias locais se mudam não só em busca de custos menores, mas também porque foram superadas, no que diz respeito à demanda. As que tinham anteriormente assegurado mercados enfrentam hoje uma concorrência acirrada das multinacionais, que possuem mais recursos e oferecem produtos melhores a preços mais baixos.

- 81 A economia de um país pode tirar proveito do turismo, mas alguns moradores acreditam que os custos e as perdas — qualidade de vida, conveniência, valores culturais e sociais — não compensam os benefícios, e essa diversidade de fatores é que compõe a atual realidade do turismo no Brasil.
- 82 O futuro da população brasileira depende de como os ganhos de produtividade e necessidade das empresas se tornarão competitivos na era informacional e como serão distribuídos e aplicados entre as diferentes classes sociais existentes no Brasil.

Estratégias de comunicação e promoção da imagem institucional dos produtos e serviços turísticos

Construir uma imagem para uma localidade turística demanda tempo e muito investimento. Não se faz isto da noite para o dia. Muito pelo contrário, é um trabalho de muitos anos de pesquisa e de posicionamento das idéias nas mentes dos turistas. Por outro lado, destruir uma imagem turística de um local é questão de dias. Basta uma série de erros, que ela se destrói do dia para a noite.

A estratégia para a elaboração de uma imagem turística para uma determinada localidade é um processo consistente em identificar as necessidades dos turistas-alvo, posicionar essa imagem em mercados específicos e avaliar sistematicamente o impacto dessa imagem junto aos turistas.

Carlos Meira Trigueiro. *Marketing & turismo*
– Quality Mark, p. 45-6 (com adaptações).

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

- 83 Na elaboração de imagens turísticas para localidades, alguns instrumentos são utilizados para melhor eficácia de comunicação. Tais instrumentos são *slogans*, símbolos visuais, eventos e efeitos.
- 84 Uma campanha publicitária turística deve independer do conhecimento profundo do público-alvo, uma vez que é inviável discriminar todas as diferentes motivações e expectativas dos clientes quanto ao mesmo produto.
- 85 É necessário planejar a comunicação para que seus efeitos sejam eficazes, obtendo-se a resposta desejada do mercado-alvo. Nesse sentido, a propaganda deve ser a parte mais importante desse planejamento.
- 86 A propaganda é qualquer forma de comunicação não-pessoal veiculada pela mídia e que detalha um produto, associando-o a um patrocinador identificado.
- 87 A propaganda é utilizada para atingir objetivos que podem incluir mudança de atitudes ou constituição de imagem, exceto a realização de vendas.
- 88 A atividade de relações públicas é uma comunicação não-pessoal que muda opiniões ou atinge uma cobertura em um meio de comunicação de massa e que é paga pela fonte.
- 89 Mala-direta é a comunicação postal que está sendo ampliada para *marketing* de banco de dados e baseia-se em práticas de *marketing* de relacionamento.
- 90 Ao se segmentar um mercado, identificam-se compradores com comportamentos de compras heterogêneos quanto às preferências.

- 91 Muito embora seja reconhecido que as pesquisas e o estudo de comunicação de massa, como ciência isolada, mal tenham se iniciado, é evidente que a fusão de conhecimentos acumulados tem possibilitado o desenvolvimento progressivo dessa área, aplicada em várias relações, como as decorrentes da atividade turística.
- 92 A maioria dos países em desenvolvimento deu origem a uma indústria de turismo com base em sua cultura urbana.
- 93 O meio ambiente físico é um aspecto secundário do produto turístico.
- 94 A empresa hoteleira possui muitos motivos de ordem material que justificam a sua existência, o seu lucro e a qualificação dos seus colaboradores.
- 95 A disposição de servir é um atributo secundário na excelência do atendimento.
- 96 A única função do *marketing* é captar permanentemente as necessidades dos clientes.
- 97 É importante o comprador conhecer seus fornecedores para organizar melhor as suas atividades diárias, como, por exemplo, os horários de visitas.

Prós e contras da expansão do turismo

O turismo tem introduzido e espalhado valores culturais e sociais por todo o mundo. O desenvolvimento do transporte aéreo direto e de baixo custo incentiva essas modificações em sociedades anteriormente isoladas. Críticos dizem que um grande número de turistas deixa seu comportamento habitual, sua maneira de agir e sua moral em casa, quando vai viajar para o exterior. Adeptos do turismo não concordam com essas críticas. Em sua visão, menos pessimista, o turismo tem um impacto muito positivo. Eles acreditam que a atividade turística ajuda a eliminar diferenças sociais e culturais artificiais.

Beatriz Helena Gelas Lage. *In: Economia do turismo*. Atlas, p. 154 (com adaptações).

À luz do assunto abordado no texto acima, julgue os itens a seguir.

- 98 O turismo tem potencialmente um grande número de custos sociais e culturais.
- 99 O turismo pode ajudar, reconhecer e promover culturas distintas, e, ao mesmo tempo, alterar e distorcer padrões culturais no processo.
- 100 Turistas que visitam *resorts* em países em desenvolvimento têm contato direto com a cultura desses países.
- 101 Adeptos do turismo acreditam que atividades turísticas não ajudam a eliminar diferenças culturais.
- 102 Duas importantes variáveis influenciam os resultados sociais e culturais da expansão turística em um país: o seu tamanho e o nível geral do seu desenvolvimento.
- 103 O nível de desenvolvimento de um país é medido, entre outros, pelos seguintes fatores: produto interno bruto (PIB) *per capita*; níveis de educação e qualificação profissional; graus de urbanização e avanço tecnológico.
- Com relação à demanda turística, julgue os itens subseqüentes.
- 104 A procura turística, também chamada demanda, pode ser expressa por muitas formas: número de turistas que chegam a uma região, número de bens e de serviços que consomem e número de pernoites em hotéis que utilizam.
- 105 Os principais fatores que influenciam a decisão de consumo por um particular bem ou serviço turístico não incluem: preços dos produtos turísticos, preços de outros produtos, renda dos consumidores, gostos e preferências dos indivíduos e propaganda.
- 106 No sistema capitalista moderno, a propaganda desempenha um papel de menor influência no processo de desenvolvimento da economia, em especial na demanda.
- 107 A oferta turística é prejudicada pela existência de flutuações na demanda de curto prazo por temporada. Esse é um problema para o desenvolvimento da atividade turística que se deve, principalmente, às características da oferta turística.
- No que se refere a elementos de estatística no turismo, julgue os itens seguintes.
- 108 Teórica e genericamente, a oferta pode ser definida como a quantidade de bens e serviços que os produtores desejam vender por um dado preço e em um dado período de tempo.
- 109 Assim como a demanda, a oferta turística também depende de uma série de fatores, entre eles o preço do produto turístico. Um dos fatores que não influenciam a oferta são as ações governamentais.
- 110 A relação entre quantidade ofertada e preço, chamada curva de oferta, apresenta uma relação diretamente proporcional, pois, à medida que os preços diminuem, as empresas tendem a produzir maior quantidade de bens e serviços turísticos.
- 111 A oferta depende dos custos dos fatores de produção (terra, capital e mão-de-obra). Se o preço de um desses fatores crescer, haverá aumento dos custos do produto turístico que dele se utilizar em largas quantidades.
- A respeito do mercado turístico, julgue os itens a seguir.
- 112 Chama-se mercado turístico a interação da demanda e da oferta de produtos relacionados com a execução e operacionalização das atividades que envolvem bens e serviços de viagens e afins.
- 113 Os bens e serviços são chamados complementares quando passam a ser consumidos juntamente com outros produtos. É o caso, por exemplo, do pacote de viagem comprado em uma agência de turismo, em que são incluídas todas as necessidades da viagem com seus componentes básicos, como passagens de deslocamento, hospedagem e atividades de entretenimento.
- 114 São considerados tipos de mercado no turismo: mercado de competição perfeita ou pura, mercado de oligopólio e mercado de competição imperfeita. Exclui-se desse conjunto o mercado de monopólio.

Com relação a *marketing* em turismo, julgue os itens subseqüentes.

115 *Marketing* é o conjunto de atividades da empresa que visa atender às necessidades dos consumidores, de modo a permitir a existência da empresa e seu desenvolvimento de forma lucrativa.

116 Pertencente à categoria de serviços, o turismo corresponde ao setor terciário da economia.

117 A segmentação de mercado consiste na divisão do mercado em conjuntos de consumidores com características semelhantes e a conseqüente orientação dos esforços mercadológicos para atingir os nichos, sem necessidade de adequar os produtos ou serviços às suas necessidades específicas.

118 São características dos serviços em turismo: intangibilidade, inseparabilidade, heterogeneidade e perecibilidade.

119 *Marketing* é o processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, oferta e troca de produtos de valor.

120 A segmentação de mercado no turismo não é uma noção acadêmica, mas uma estratégia que busca encontrar, por meio de recursos da economia do turismo, maior otimização do setor, seja pelo lado das empresas turísticas, na tentativa de maximizar seus lucros, seja pelo lado dos turistas, na tentativa de maximizar sua satisfação.