

-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --**Questão 41**

Acerca dos conceitos de acontecimento, fato e notícia, assinale a opção correta.

- A O acontecimento é qualquer fenômeno digno de nota, mas nem todo acontecimento tem valor midiático.
- B O fato jornalístico confunde-se com o fato sociológico.
- C O valor-notícia é o que se paga às agências noticiosas pelo fato.
- D O registro fático cotidiano e interpessoal tem valor noticioso.

Questão 42

Algumas assessorias, no atendimento à imprensa em geral, optam, em paralelo, pela criação de um quadro de jornalistas, cujo credenciamento

- A é restrito a setores de cobertura de grandes eventos, como *shows*.
- B justifica-se apenas para a emissão de crachás de identificação na entrada de prédios.
- C facilita o relacionamento dos jornalistas com suas fontes, e vice-versa, incluída a própria assessoria.
- D é prática autoritária para controlar a circulação de repórteres em determinada área.

Questão 43

A respeito de ferramentas digitais para profissionais de comunicação, assinale a opção correta.

- A Proporcionar gratuitamente computadores, telefones e outros equipamentos de alto desempenho é a forma mais direta e operacional de auxiliar repórteres na era digital.
- B Oferecer presencialmente treinamentos periódicos em novas tecnologias no campo das comunicações representa um valor agregado ao cotidiano dos jornalistas.
- C Equipar uma sala de imprensa para o trabalho presencial de repórteres é bastante funcional, em razão da pressa, que é a principal característica dos repórteres.
- D Podem ser de grande utilidade para as rotinas produtivas jornalísticas os marcadores sociais, que compõem uma coleção de *links* correlatos aos assuntos da organização assessorada e abertos a uma comunidade.

Questão 44

A principal dinâmica do jornalismo participativo é a

- A criação coletiva de conteúdos.
- B criação apócrifa de conteúdos.
- C contribuição das fontes.
- D criação anônima de conteúdos.

Questão 45

Suponha que um assessor de imprensa deva encaminhar *press releases* para veículos que praticam a comunicação pública e se depare com uma dúvida, ao verificar que há organizações da iniciativa privada no cadastro disponível. Nessa situação hipotética, o assessor deve

- I eliminar do cadastro as entidades do setor privado.
- II enviar *press releases* apenas para as empresas estatais, que são entidades públicas propriamente ditas.
- III enviar *press releases* a todo o cadastro, pois há entidades que, mesmo sendo consideradas do setor privado, são públicas.
- IV excluir do cadastro as organizações sociais (OS), que, mesmo financiadas pelo Estado, não se enquadram na categoria de comunicação pública.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item II está certo.
- C Apenas o item III está certo.
- D Apenas os itens II e IV estão certos.

Questão 46

O executivo de uma organização recebeu um grupo de ambientalistas que propunha parceria na divulgação de uma campanha de enfrentamento a queimadas. Lamentando não dispor de verbas para a campanha, o executivo chamou para a reunião o assessor de imprensa da organização, que informou ter um *mailing* de jornais que integram um projeto de *civic journalism* e aos quais poderia ser proposta uma parceria para a obtenção, sem pagamento, de espaço midiático para a divulgação de conteúdos da campanha.

Nessa situação hipotética, o assessor de imprensa sugeriu uma ação típica de

- A *lobby*.
- B ação promocional não mercadológica.
- C informe publicitário.
- D mídia gratuita.

Questão 47

Suponha que um assessorado concorde com a manutenção de conteúdos institucionais na Internet, mas não queira que estes estejam abertos a interações com o público. Nesse contexto, a solução para a visibilidade desejada consiste na

- A criação, em redes sociais, de perfis organizacionais, mas com bloqueio de mensagens.
- B criação, em redes sociais, de perfis institucionais, com dispensa de avaliações, como curtidas.
- C inserção de vídeos institucionais nos horários nobres da televisão por assinatura.
- D criação de *hotsites*, permanentes ou ocasionais.

Questão 48

Para solucionar o problema de uma personalidade antes prestigiada e agora insatisfeita com a baixa visibilidade e o baixo volume de curtidas nas redes sociais, o seu assessor de imprensa deverá

- A contratar a produção massiva de algoritmos por robôs eletrônicos programados para a realização de curtidas.
- B elaborar um plano de mídia social que abranja a compra de anúncios em redes sociais.
- C produzir diariamente conteúdos fomentadores de prestígio para o assessorado dessa personalidade nas redes sociais.
- D contratar um gestor de *marketing* digital encarregado da geração sucessiva de lides para as redes sociais.

Questão 49

O assessor de imprensa de uma companhia de energia deseja promover uma ação institucional de comunicação que incentive o envolvimento de usuários de eletricidade no enfrentamento aos furtos de cabos de cobre, crime que resulta em prejuízos e cortes de luz para milhares de pessoas.

Com relação a essa situação hipotética, assinale a opção correta.

- A A oferta percentual de redução de tarifas produz resultados líquidos e certos em matéria de comunicação institucional com o público usuário.
- B A premiação de fotos e reportagens na categoria jornalismo cidadão é uma iniciativa indicada para o objetivo em causa.
- C Uma ação de comunicação institucional efetiva consiste na presença constante e massiva de anúncios para esclarecer que a culpa dos cortes de luz não é da empresa de eletricidade, mas dos ladrões de cabos.
- D Uma ação comunicativa institucional com potencial de efetividade seria a veiculação de apelos pela vigilância das caixas de cabos eletrônicos, via mídia comunitária.

Questão 50

Acerca da conduta a ser adotada em face de comentários negativos ou agressivos nas redes sociais referentes à organização assessorada, assinale a opção correta.

- A Repassar para um advogado os comentários ofensivos é, ainda, a forma mais efetiva de lidar com a destruição fácil de reputação e prestígio.
- B Devem-se responder de forma esclarecedora as repercussões, inclusive as adversas, porém sérias, já que simplesmente excluir os comentários e até os seus autores não levará a bons resultados.
- C Respostas corteses e padronizadas, do tipo “Obrigado por participar” ou “Respeitamos a sua opinião”, são formas de amenizar as atitudes hostis.
- D Responder no mesmo tom é seguir o padrão da agressividade dominante nas redes sociais e, portanto, é uma atitude natural para o meio.

Questão 51

Entre as atividades desenvolvidas pelo profissional da área de relações públicas, incluem-se

- A participação em eventos, organização das referências e criação de estratégias para a avaliação de pessoas.
- B monitoramento das informações internas, garantia da segurança das pessoas nas organizações e seleção de pessoas para cargos de diretoria.
- C conferência das notícias diárias, montagem de estandes e participação em feiras.
- D apoio a pesquisa, demonstração de contribuição como valor econômico e assessoria aos dirigentes.

Questão 52

Com relação ao mapeamento dos públicos ligados a uma organização e à identificação dos possíveis públicos, que constituem uma etapa fundamental do processo de relações públicas, conforme a visão moderna, no contexto complexo contemporâneo, observa-se que

- A o estudo acerca do comportamento dos públicos diante de uma organização é irrelevante para o processo de planejamento.
- B o público interno são os funcionários, os *stakeholders* e os fornecedores.
- C a dinâmica histórica e as forças sociais do macroambiente são aspectos a serem considerados.
- D o público misto é constituído de diretores, empregados e seus familiares.

Questão 53

Sob a perspectiva da divulgação da imagem corporativa pela assessoria de imprensa, verifica-se que

- A os termos imagem e identidade, que integram o mundo corporativo, são conexos e, portanto, intercambiáveis.
- B a imagem e a identidade relacionam-se a apresentação visual, logos, nomes criativos e luminosos em pontos estratégicos, conforme definido pela organização.
- C a imagem é intangível, abstrata e privilegia a visão subjetiva de determinada realidade.
- D a identidade corporativa tem a subjetividade como principal atributo.

Questão 54

A relação com a imprensa deve ocorrer de acordo com a diplomacia, o respeito e as trocas responsáveis das informações, com observação, pelo assessor de imprensa, das seguintes diretrizes:

- I Criar articulações com profissionais da imprensa, valorizando a confiança e, em certos casos, a exclusividade noticiosa.
- II Trabalhar para a manutenção da identidade da organização.
- III Evidenciar as crises ao perfil dos dirigentes, privilegiando a informação a respeito da atuação deles.

Assinale a opção correta.

- A Apenas o item I está certo.
- B Apenas o item II está certo.
- C Apenas os itens I e II estão certos.
- D Apenas os itens I e III estão certos.

Questão 55

A respeito dos tipos de *release*, que é o material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa destinado aos veículos de comunicação, observa-se que

- A o *release* dirigido deve ser enviado para diversos colunistas dos meios de comunicação.
- B o *release* dirigido é o que destaca a informação (o quê?), ou seja, o fato em si, e o público-alvo (a quem se destina).
- C o *release* de opinião considera as particularidades de determinado espaço jornalístico.
- D o *release* deve chamar atenção para o valor das informações, do texto e de sua apresentação visual.

Questão 56

São elementos de um *press-kit* para um assessor de imprensa que organizará um evento

- A o levantamento estatístico dos principais temas abordados e a programação detalhada com um mapa de localização das salas.
- B a biografia do autor e a relação de obras publicadas.
- C o histórico da instituição e os documentos organizados de forma sequencial.
- D a sugestão de assuntos a serem abordados e o *release* de convocação.

Questão 57

As entrevistas coletivas, quanto à sua organização, classificam-se

- A agendadas e relacionadas.
- B concentradas e massivas.
- C espontâneas e provocadas.
- D necessárias e convocadas.

Questão 58

Para elaborar o trabalho de preparar uma entrevista coletiva para atender às necessidades da organização ou instituição e da imprensa, o assessor de imprensa deve ter o cuidado de

- A** comunicar a realização da entrevista coletiva a repórteres, pauteiros, chefes de reportagem e editores de cada veículo.
- B** escolher o horário de acordo com o interesse da organização ou instituição.
- C** liberar a participação de qualquer veículo que se interesse pelo assunto da entrevista coletiva.
- D** utilizar os meios de comunicação para divulgar os dados básicos do anúncio da entrevista coletiva.

Questão 59

A respeito da nota oficial, que é um texto distribuído em situações críticas, que necessitam de posicionamento decisivo do assessorado, assinale a opção correta.

- A** O texto é jornalístico, com a estrutura do lide, conforme a orientação dos assessores.
- B** A estrutura básica deve conter cabeçalho, introdução, desenvolvimento, encerramento e assinatura.
- C** O texto pode ser enviado para veículos de comunicação em geral, para que decidam se o divulgarão.
- D** O encerramento do texto deve conter a citação do motivo da nota, de forma velada.

Questão 60

O profissional de relações públicas, ao trabalhar o público interno da organização, poderá

- A** sugerir remanejamento de funcionários.
- B** participar dos processos seletivos em todos os setores.
- C** organizar os planos de cargos e salários.
- D** divulgar a missão e a visão da organização.

Questão 61

O serviço de apuração, coleção e fornecimento de recortes de jornais e revistas acerca de determinado assunto é denominado de

- A** *clipping*.
- B** sugestão de pauta.
- C** pasta de imprensa.
- D** análise.

Questão 62

No sistema comunicacional, o fluxo responsável pelo encaminhamento, aos níveis superiores da organização, de informações funcionais e operativas que saem das bases, com resultados dos estágios dos programas, anseios, expectativas e sugestões, é o fluxo

- A** formal.
- B** lateral.
- C** descendente.
- D** ascendente.

Questão 63

O planejamento da comunicação organizacional contempla características específicas, entre as quais a característica do processo, que prevê que o planejamento deve

- A** ocorrer por meio de uma sucessão de fases interconectadas e contínuas.
- B** envolver a totalidade da organização.
- C** nortear-se para o futuro e assumir um caráter de longo prazo.
- D** orientar-se por princípios que direcionem suas atividades em um clima favorável para a sua operacionalização.

Questão 64

No contexto da estrutura das organizações, refere-se à maneira preestabelecida e formalizada de efetuar as diversas operações que fazem funcionar uma organização o atributo da

- A** territorialidade.
- B** afiliação.
- C** padronização.
- D** especialização.

Questão 65

O meio representado por mapas, diagramas, pinturas, fotografias, desenhos, entre outros, de que se valem as organizações para viabilizar a comunicação com os mais diferentes públicos é o

- A** oral.
- B** escrito.
- C** simbólico.
- D** pictográfico.

Questão 66

O processo de comunicação instaurado entre o Estado, o governo e a sociedade cujo objetivo é informar para a construção da cidadania é denominado comunicação

- A** governamental.
- B** social.
- C** política.
- D** pública.

Questão 67

Em comunicação pública, dizem respeito exclusivamente ao cidadão, à empresa ou à instituição as informações

- A** de gestão.
- B** institucionais.
- C** de interesse privado.
- D** de interesse público.

Questão 68

Em vista da existência de várias classificações possíveis de públicos no âmbito das organizações do terceiro setor, quanto à natureza do vínculo com a instituição, o público agente é aquele formado por

- A** clientes e público em geral.
- B** voluntários, conselheiros, parceiros e fornecedores.
- C** doadores, apoiadores, fornecedores e reguladores.
- D** funcionários e suas famílias.

Questão 69

A imagem institucional resulta do balanço entre as percepções positivas e negativas que a empresa passa para seus públicos, e uma imagem institucional competitiva contribui para

- A** gerar negócios, de forma a conquistar clientes, acionistas, parceiros, entre outros.
- B** projetar uma imagem além do real, como meio de atrair mais clientes e aumentar as vendas.
- C** manter os recursos humanos atuais da empresa, o que pode complicar a atração dos melhores profissionais do mercado em razão da cobrança agressiva de metas.
- D** ampliar o descrédito de certos públicos em consequência da competição acirrada com os concorrentes.

Questão 70

Tem como premissa a apresentação das atividades da instituição de forma a reforçar o seu discurso, às vezes de modo persuasivo, com evidência das opiniões e dos pontos de vista da empresa, o componente da identidade institucional conhecido como

- A diálogo.
- B proposta.
- C mensagem.
- D imagem.

Questão 71

Entre as funções básicas das relações públicas, constitui uma mediação, promovida pelo fornecimento de pareceres e recomendações devidamente detalhados, para que o sucesso da organização seja compartilhado por todos os participantes, a função de

- A assessoramento.
- B pesquisa.
- C planejamento.
- D coordenação.

Questão 72

Conforme a classificação tradicional dos públicos de uma empresa, o público misto é composto

- A pelos fornecedores.
- B pelas famílias dos empregados da empresa.
- C pela imprensa.
- D pela comunidade.

Questão 73

A implementação do processo de relações públicas em apoio à alta administração de uma organização tem em vista

- A envolver a participação das esferas estratégicas da empresa ao incentivar a prática de conceitos e ideias mais elevadas.
- B possibilitar um comportamento sinérgico entre os níveis funcionais e os objetivos da organização.
- C permitir à empresa realizar a segregação do ambiente, a fim de promover uma evolução de desempenho menos reigente, amoldável e conservadora.
- D transformar a organização agente em uma entidade reativa.

Questão 74

Utilizado pelas relações públicas, o tipo de veículo de comunicação dirigida aproximativa para estabelecer relações com os públicos é denominado de

- A exposição.
- B visita guiada à empresa.
- C *press release*.
- D intranet.

Questão 75

Com relação à tipologia, o evento cujo objetivo é o de aproximar empresas para realizar parcerias e negociar seus produtos e serviços é chamado de

- A *brainstorming*.
- B roda de negócios.
- C painel.
- D *happy hour*.

Questão 76

Quanto à administração de crises nas organizações, a crise que vai e volta, aparece e desaparece, e repete o fluxo de forma periódica, é classificada como

- A crônica.
- B ciclotímica.
- C tempestiva.
- D inusitada.

Questão 77

O texto informativo distribuído à imprensa para ser divulgado, de forma gratuita, entre as notícias publicadas pelo veículo recebe o nome de

- A súmula.
- B *release*.
- C *press kit*.
- D sinopse.

Questão 78

Ao adquirir um produto, o cliente avalia o grau de satisfação por meio da apreciação dos atributos do item adquirido, considerando-se como desejados aqueles em que os atributos do produto

- A atendem à expectativa básica do cliente, sem grandes contentamentos ou descontentamentos, com oferta do mínimo esperado.
- B surpreendem as expectativas dos clientes com benefícios não esperados.
- C ultrapassam os básicos indispensáveis, ou seja, os essenciais que o cliente espera do produto.
- D são ofertados ao cliente quando ele não os espera, mas que ele os aprecia quando são oferecidos.

Questão 79

No que concerne ao sigilo profissional, quando o profissional de relações públicas

- A tiver a obrigação de manter sigilo de alguma ação, ele deverá fazê-lo mesmo se se tratar de fato delituoso, previsto em lei, a fim de preservar os públicos envolvidos da consequência inerente à denúncia do fato.
- B tenha de guardar sigilo de ações que lhe foram confiadas em razão de seu ofício, ele é obrigado a revelar assuntos ainda que sejam lesivos a seus clientes e empregadores ou que firam a sua lealdade com eles em funções que venham a exercer.
- C integra uma equipe, o cliente deverá ser informado de que seus membros poderão ter acesso a material referente a projetos e ações.
- D tiver de realizar uma perícia, deverá dispor de todas as informações pertinentes e servir à autoridade que o designou, expondo-as devida e necessariamente para a solução da demanda.

Questão 80

Um dos elementos do conceito de opinião pública diz respeito

- A ao processo de discussão individual originado do debate privado e implícito, com potencial para se tornar um debate público explícito.
- B à necessidade de que haja expressão pública da opinião, a qual é um requisito para o debate.
- C à limitação da opinião quanto a seu sujeito, que pode corresponder à opinião de qualquer grupo de pessoas.
- D ao fato de que qualquer tema gera opinião, independentemente de sua relevância para gerar a discussão pública.