



TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 5ª REGIÃO

**PROCESSO SELETIVO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS DO
QUADRO DE ESTAGIÁRIOS DE NÍVEL SUPERIOR**

CADERNO DE PROVA

Dia: 29 de novembro de 2009.

Prova: **Relações Públicas**

NOME: _____ SALA: _____

INSCRIÇÃO: _____ IDENTIDADE: _____ ORGÃO/UF: _____

Leia com atenção:

01. Só abra este caderno após ler todas as instruções e quando for autorizado pelos fiscais de sala.
02. Preencha seus dados pessoais no quadro acima.
03. Autorizado o início da prova, verifique se este caderno contém 40 questões.
04. Todas as questões desta prova são de múltipla escolha, apresentando como resposta uma alternativa correta.
05. Assinale a resposta de cada questão no corpo da prova e, só depois transfira os resultados para a Folha de Respostas.
06. Confira também na sua Folha de Respostas, todos os seus dados impressos.
07. Para marcar a Folha de Respostas utilize caneta esferográfica de cor azul ou preta. A marcação é definitiva, não admitindo rasuras e em nenhuma hipótese ela será substituída.
08. Não risque, não amasse, não dobre e não suje a Folha de Respostas, pois isso poderá prejudicá-lo.
09. Os fiscais não estão autorizados a emitir opinião, nem a prestar esclarecimentos sobre o conteúdo da prova. Cabe única e exclusivamente ao candidato interpretar e decidir.
10. Conforme item 7.13 do Edital:

É facultada ao candidato, após o decurso de 03h (três horas) da aplicação das provas, a transcrição de suas respostas, registradas no documento oficial (Folha de Respostas), para um formulário específico, denominado Folha de Cópia de Respostas, impresso e destacável na capa da prova.

sustente
Instituto Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

sustente
Instituto Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

FOLHA DE CÓPIA DE RESPOSTAS

Inscrição: _____ Nome: _____ Sala: _____

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|-----|--|
| 01. | | 02. | | 03. | | 04. | | 05. | | 06. | | 07. | | 08. | | 09. | | 10. | |
| 11. | | 12. | | 13. | | 14. | | 15. | | 16. | | 17. | | 18. | | 19. | | 20. | |
| 21. | | 22. | | 23. | | 24. | | 25. | | 26. | | 27. | | 28. | | 29. | | 30. | |
| 31. | | 32. | | 33. | | 34. | | 35. | | 36. | | 37. | | 38. | | 39. | | 40. | |

REDAÇÃO – RASCUNHO

TÍTULO DA REDAÇÃO:

A Ética é elemento indispensável para um profissional competente?

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

11. _____

12. _____

13. _____

14. _____

15. _____

16. _____

17. _____

18. _____

19. _____

20. _____

21. _____

22. _____

23. _____

24. _____

25. _____

26. _____

27. _____

28. _____

29. _____

30. _____

Normas para a redação:

- Elaborar um texto dissertativo argumentativo;
- Não fugir do tema;
- Ser claro, coerente e coeso;
- Utilizar a língua formal;
- Redigir em prosa;
- Obedecer ao limite de linhas (25 a 30)
- Os textos da prova poderão servir como reflexão, havendo plágio a nota será zero.

PROVA: LÍNGUA PORTUGUESA

Texto 1

A ética e a responsabilidade

A ética e a responsabilidade social têm vindo a assumir um papel importante nas organizações e nas sociedades em geral, impondo a todos os profissionais comportamentos éticos no exercício das suas funções.

As instituições de ensino, nomeadamente as de Ensino Superior desempenham um papel fundamental, dinamizando a formação dos alunos dos 1º e 2º anos do curso de Contabilidade e Finanças da Escola Superior de Ciências Empresariais (ESCE) do Instituto Politécnico de Setúbal (SP), percebem a ética **quer** em termos de dimensão cognitiva **quer** em termos de dimensão afetiva/avaliativa antes e depois da frequência da disciplina de Ética e Deontologia Profissional.

A metodologia seguida consistiu na aplicação de um questionário. Da análise dos dados concluímos que a percepção dos alunos face à ética melhorou, após a leccionação da referida disciplina ao nível dos conceitos apreendidos a estas temáticas.

(Ética: Ensino e Responsabilidade Social. Artigo: GUEDES, Maria do Amparo; ALEIXO, Maria da Conceição; SOARES, Maria Helena- biblioteca universia.net.fichado?id=21126125 – acesso: 10/09/2009)

Para as questões de 1 a 4, analise o texto1.

1. Considere as assertivas abaixo:

- I. A ética implica atitudes comportamentais.
- II. Todas as entidades educacionais possuem em seu currículo, a disciplina “Ética”.
- III. A implantação da disciplina Ética em uma Escola Superior inseriu no aluno uma nova percepção sobre a matéria.
- IV. Deontologia, termo criado por Jeremy Bentham para designar a ciência da moralidade; o ápice das ciências deontológicas seria então a Ética.
- V. Pode-se inferir do contexto que a ética pode ser concebida como a doutrina da justiça, uma vez que implica responsabilidade.

Pode-se afirmar que está (ão) correta(s) apenas as afirmativas:

- a) I, II, III e IV.
- b) I, III, IV e V.
- c) I, II, III, IV e V.
- d) II, III e IV.
- e) II, IV e V.

2. Os elementos relacionais em negrito no segundo parágrafo possuem valor semântico idêntico aos expostos na alternativa:

- a) Os homens, normalmente fechados em seu eu, esquecem-se de olhar o outro, fechando assim seu canal de comunicação e tornando-se, ególatras.
- b) Vivemos em uma sociedade em mutação, pois tudo é dinâmico, compete-nos por isso, buscarmos, em nós, o sentido dessa metamorfose a fim de nos adequarmos ao momento presente.
- c) O ser humano, quase sempre inconstante, busca novos valores, novas vivências e assim, ora anseia por uma moradia erma, ora almeja o burburinho urbano.
- d) Não obstante sermos seres imperfeitos, e por isso mesmo, compete-nos lutar para galgarmos um degrau mais alto a fim de nos aproximarmos do Alto.
- e) Quanto mais nos esforçamos em busca de novos conhecimentos, mais temos certeza da veracidade do que foi dito por Sócrates: “Só sei que nada sei”.

3. “... e nas sociedades em geral, impondo a todos os profissionais comportamentos éticos no exercício das suas funções.” (primeiro parágrafo). Em relação ao excerto, existe uma alternativa não verdadeira, assinale-a:

- a) “Impondo” é uma forma nominal, que possui, no contexto, um valor circunstancial.
- b) O emprego do artigo após “todos” é obrigatório, uma vez que é seguido de nome pluralizado; caso fosse usado o singular “todo” o emprego do artigo implicaria mudança de sentido.
- c) “Suas” é uma retomada pronominal e, no contexto, está retomando “profissionais”, com valor de restrição e determinando o nome.
- d) A vírgula empregada antes de “impondo” é facultativa por se tratar de uma forma nominal de gerúndio.
- e) O “e” constitui, no contexto, elemento relacional com valor semântico de adição, no entanto em: “Levantou cedo e chegou atrasado ao trabalho” o “e” indica oposição.

4. Em: “Da análise dos dados concluímos que a percepção dos alunos face à ética melhorou...” (último parágrafo), o acento indicativo de crase foi empregado corretamente. Identifique a alternativa em que o referido acento foi empregado pela mesma razão.

- a) Diz o adágio: “À noite, todos os gatos são pardos”. A afirmação é constantemente repetida pelas pessoas, com o sentido de: “As aparências enganam”.
- b) É bom, quando nos dirigirmos à Senhora, usarmos de tato para não sermos mal entendidos e causarmos celeuma.
- c) Rente à parede, estava a belíssima tela “Os girassóis” do célebre pintor Van Gogh, ao lado da não menos famosa de Tarsila Amaral, Abaporu.
- d) É imprescindível chegarmos cedo à casa dos nossos amigos para não sermos tachados de retardatários.
- e) Já estou prestes a terminar o romance “Leite derramado” de Chico Buarque, pois já me encontro à página 151.
5. Em “É imprescindível chegarmos cedo à casa dos nossos amigos para não sermos **tachados** de retardatários.” (letra d da questão 4), o termo em negrito possui um homônimo “taxados”, que implica “multa, imposto”. Assinale a alternativa em que foi empregado um vocábulo, grafado erroneamente, tornando o período incoerente.
- a) Todos elogiaram a estada no hotel daquela cidade serrana, devido à paisagem bucólica e ao bom tratamento dos serviços.
- b) Ele era um jovem ainda incipiente em informática, porque iniciara seus estudos recentemente e, assim, era impossível saber tudo.
- c) Existe, no corpo humano, um osso chamado esterno, localizado no tórax e que se pode afirmar separa as costelas.
- d) Graças a Deus, avançamos muito para a consecução de nosso objetivo, visto que estamos na eminência de o atingirmos.
- e) A fragrância espargida no ambiente quando você entrou, deixou-nos envolvidos na suavidade do perfume, advindo de você.

Texto 2

Ética nas relações humanas e nos negócios.

Os atos humanos são, na sua quase totalidade, atos relacionais. Ou seja, são atos que se realizam no relacionamento com o outro ou com os outros. É neste relacionamento que os valores tomam corpo, quando tratamos com uma ou mais pessoas, com a comunidade, com a sociedade (que seja na família, na escola, na empresa, na sociedade...)

Do ponto de vista da Ética, destacaria duas atitudes que se destacam como possíveis neste relacionamento:

- A ética do interesse próprio;
- A ética orientada para o outro.

Na ética do interesse próprio, você proporciona algo ao outro, porque é de seu interesse fazê-lo.

Esta perspectiva – cujas sementes foram plantadas pelo filósofo Thomas Hobbes, no meio do século XVII – tem imensas repercussões no âmbito empresarial, principalmente nas posições de Milton Friedman, da famosa escola de Chicago e do capitalismo do *laissez-faire*, ou mais atualmente, do liberalismo e do neoliberalismo. De acordo com os seguidores dessa escola, a responsabilidade social da empresa consiste única e exclusivamente em aumentar o seu lucro, maximizar os seus retornos. Logo tudo o que se faz na empresa e nos negócios tem por objetivo o cumprimento desta responsabilidade. A preocupação com os empregados, com a qualidade, com o bem-estar da comunidade, enfim, tudo o que se faz pelos outros justifica-se apenas se a ação resulta na mensuração dos resultados econômicos da empresa ou do negócio.

Como limites éticos da ação neste contexto, os defensores da teoria do interesse próprio admitem apenas que tudo tem de ser praticado dentro da lei. Nesta perspectiva, aliás, conforme Hobbes, a lei resulta de um contrato que os indivíduos agrupados em comunidades ou sociedades fazem entre si, abandonando parte de suas liberdades para obter segurança.

Trata-se, portanto, de uma ética onde a vantagem econômica é o valor mais importante, visando fundamentalmente à sobrevivência.

Já a *ética orientada para os outros* tem por objetivo básico a valorização do outro para o benefício do todo.

Parte do princípio de que é fazendo o outro feliz que eu vou me realizar, que eu vou me sentir bem, feliz. É na medida que os outros crescem que o grupo todo, ao qual pertença, vai crescer. [...]

Em termos empresariais, isto significa uma filosofia ou ética do serviço. [...] nesta perspectiva, o valor maior é a solidariedade, a profunda interdependência humana, o crescimento do outro. Este é o objetivo. O lucro, o benefício econômico, é um subproduto. Indispensável, sem dúvida, para a continuidade da comunidade de trabalho que é a empresa, mas que só vai existir se as outras condições forem preenchidas.

(WWW.fides.org.br/artigo03pdf. acesso em 11/09/2009)

Para as questões de 6 a 10, analise o texto 2

6. Observe as assertivas abaixo:

- I. Na ética do interesse próprio, pode-se inferir que ela é centrada no “eu”, porque oferece ao outro algo que advém do seu próprio interesse, objetivando apenas o seu crescimento, o seu lucro.
- II. O liberalismo e o neoliberalismo são inseridos na ética do interesse próprio, por evidenciarem no âmbito empresarial, o aumento do seu lucro. Esta é a responsabilidade da empresa.
- III. Na ética orientada para o outro, todas as atitudes deverão ser realizadas dentro da lei, a fim de, ao outro, serem aquilatados, valores idênticos aos da empresa.
- IV. Na ética orientada para o outro, o lucro é posto em enfoque, como um subproduto, uma vez que o sentido de união, de conjunto, de solidariedade é maior.
- V. As duas atitudes divergem em seus objetivos, em seus valores, devido ao enfoque inserido no ser humano, uma vez que uma é de caráter individualizado e a outra, busca a realização da comunidade, do todo, não pondo o lucro em evidência.

Está correto apenas o que se afirma nas assertivas:

- a) I, II, IV e V.
- b) I, III, IV e V.
- c) I, IV e V.
- d) II, III e IV.
- e) II, IV e V.

7. Observem-se as palavras em destaque nos sintagmas: “... justifica-se apenas se a ação...” e em “Trata-se, portanto...” para responder a esta questão.

Existe falha na alternativa:

- a) Em “Faz-se o bem e Necessita-se de paz”, existem valores morfológicos e semânticos idênticos aos do enunciado, nos vocábulos em destaque.
- b) Em “Justifica-se”, a forma verbal pode ser trocada por “é justificada” sem prejuízo semântico.
- c) No período “Compra-se casa”, há identidade de sentido com “justifica-se”, nas vozes verbais.
- d) O valor semântico existente em “Trata-se de...” difere de “justifica-se”, quanto às vozes verbais e há divergência de sentido.
- e) Sem ferir a língua formal, pode-se transformar a forma verbal “Trata-se de” por “é tratado (a)”.

“Como limites éticos da ação neste contexto, os defensores da teoria do interesse próprio admitem apenas que tudo tem de ser praticado dentro da lei. Nesta perspectiva, aliás, conforme Hobbes, a lei resulta de um contrato que os indivíduos agrupados em comunidades ou sociedades fazem entre si, abandonando parte de suas liberdades para obter segurança.”

Excerto para as questões 8 e 9

8. A única alternativa correta quanto ao parágrafo em epígrafe é:

- a) **Como** e **conforme** são palavras coesivas com idêntico valor relacional.
- b) **Aliás**, no contexto, foi posto pelo autor enfaticamente, daí ser chamada de palavra denotativa.
- c) Os **quês** possuem idêntico valor morfológico, semântico, mas não sintático.
- d) As palavras **os** e **um** que são elementos determinantes do nome, no contexto, têm similar sentido.
- e) **Obter** é uma forma verbal finita, por constituir uma oração reduzida e, portanto, forma oração.

9. Em “... para obter segurança.”, há um valor semântico implícito. Identifique a alternativa em que existe idêntico valor:

- a) Apesar de sentirmos a ausência de entes queridos, estamos alegres, pois sabemos serem eles vencedores.
- b) Como somos seres falhos, erramos muito, no entanto reconhecemos sempre as falhas, tal acontece por sermos entes em busca ainda de algo, insatisfeitos.
- c) Quando queremos algo, lutamos a fim de conseguirmos, pois apenas assim, a vitória terá valor e nos sentiremos alegres.
- d) Olhe para o alto, observando as estrelas, sonhe, que conquistará seu objetivo, há tanto almejado.
- e) Quanto mais estudamos, mais aprendemos e tomamos mais consciência de que o saber é infinito.

10. “... visando fundamentalmente à sobrevivência.”

O verbo “visar” está empregado corretamente, de acordo com a língua formal, porque, no contexto, possui o sentido de “pretender, almejar”, pedindo, portanto, um elemento relacional, a preposição “a”. Existe uma alternativa cuja regência desobedece à variedade formal da língua, identifique-a.

- a) Por encontrar-se com leve indisposição preferiu ficar em casa a sair com os amigos que o convidaram para um passeio.
- b) Declinando do convite, recebido para participar da coordenação do setor jurídico da empresa, deixou frustrados seus familiares.
- c) O médico e a enfermeira assistiam os pacientes daquele nosocômio com dedicação, pensando-lhes os ferimentos delicadamente.
- d) Alguns jovens, quando assistem a jogos, devido ao fanatismo e à falta de controle, agem agressivamente com os colegas, não os perdoando, quando tiram uma brincadeira.
- e) Foi enviado um comunicado, informando a todos os concorrentes ao cargo que os testes seriam realizados no horário determinado.

11. "... destacam como possíveis..."

O vocábulo sublinhado está empregado de acordo com a gramática normativa, portanto a flexão está correta, por obedecer à regra de concordância existente na variedade formal da língua.

Observe agora a concordância nominal e verbal das afirmativas:

- I. Silenciosos estavam o rapaz e a moça, embalados pelo silêncio da noite.
- II. Amanhã, faremos passeios pela cidade o mais interessantes possível.
- III. Cerca de vinte pessoas vieram visitá-lo, preocupados com seu estado, mas você havia adormecido.
- IV. Façamo-los sorrir, assim é preciso, pois a vida é breve e o amanhã é uma incógnita, este é o princípio do "carpe diem".
- V. Fizeste tu, ela e o amigo várias excursões maravilhosas à montanha, seguindo o roteiro, sugerido pelo guia.

Está (ao) correta(s) apenas as afirmativas:

- a) I, II e III.
- b) I, III e IV.
- c) I, IV e V.
- d) II, III, IV e V.
- e) I, II, III, IV e V.

"Ética, em geral ciência da conduta. Existem duas concepções dessa ciência: 1ª a que a considera como ciência do fim para o qual a conduta dos homens deve ser orientada e dos meios para atingir tal fim, deduzindo tanto o fim quanto os meios da natureza do homem.

(Dicionário de Filosofia. ABBAGNANO, Nicola)

12. Para responder a esta questão, considere as alternativas abaixo:

- I. Há um conceito de Ética, logo se conclui que se trata de uma abordagem metalingüística.
- II. Em "a que a" os dois "as" exercem idêntico valor morfológico e semântico.
- III. Existe um valor semântico de comparação no excerto.
- IV. Trocando-se "Existem" por "Há" a predicação verbal será mudada, no entanto, o sentido será o mesmo.
- V. Em "para atingir", há um valor relacional de fim.

Pode-se afirmar que está (ao) correta(s) apenas a(s) assertiva (s):

- a) I, II, III, IV e V.
- b) II, III, IV e V.
- c) I, III, IV e V.
- d) I, IV e V.
- e) II e IV.

PROVA: NOÇÕES DE INFORMÁTICA

13. O Windows inclui muitos programas e acessórios úteis. Assinale a opção que não corresponde a um acessório do Windows.

- a) PAINT
- b) WORDPAD
- c) CALCULADORA
- d) BLOCO DE NOTAS
- e) MSN

14. O sistema operacional Windows possui um espaço de armazenamento temporário de informações que você pode copiar ou mover objetos, com finalidade de usar em algum outro lugar. Esse local é chamado de:

- a) Barra de Tarefas
- b) Área de trabalho do Windows
- c) Área de Transferência
- d) Área de inicialização Rápida
- e) Spool de Impressão

15. No Sistema Operacional Windows, é possível usar teclas de atalho, para realizar ações. Assinale a alternativa que relaciona corretamente a tecla de atalho com a ação.

- | | |
|--------------|---------------------|
| (1) CTRL + V | () Selecionar tudo |
| (2) CTRL + A | () Colar |
| (3) CTRL + X | () Copiar |
| (4) CTRL + Z | () Recortar |
| (5) CTRL + C | () Desfazer |

- a) 5,3,4,1,2
- b) 5,3,4,2,1
- c) 2,1,5,4,3
- d) 2,1,5,3,4
- e) 1,2,3,4,5

16. O programa Windows Explorer ou Explorando é o gerenciador de arquivos do sistema operacional windows. Assinale a opção abaixo que representa uma ação verdadeira no Windows Explorer.

- a) É possível criar subpastas com mesmo nome dentro da mesma pasta.
- b) Editar, configurar e formatar páginas HTML.
- c) Criar usuário e senha para o Windows.
- d) Receber e enviar e-mail.
- e) Criar Pasta e Copiar, Colar, Excluir, Mover arquivos.

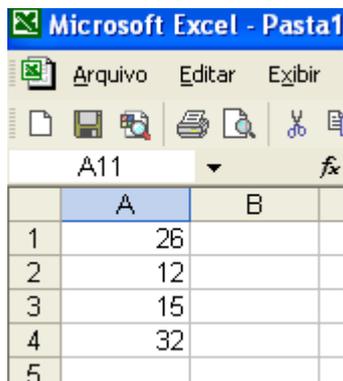
17. Enumere as palavras da segunda coluna de acordo com a definição presente na primeira.

- | | |
|--|------------------------|
| (1) Corrige automaticamente erros comuns de digitação, ortografia e gramática, e pode inserir automaticamente texto, elementos gráficos e símbolos. | () Justificada |
| (2) São, por predefinição, colocadas no final da página em que são inseridas, é possível utilizarem-se para inserir comentários (a explicação de um determinado termo ou estrangeirismo, por exemplo). | () Referência Cruzada |
| (3) Refere-se a um item que aparece em outro local de um documento. Você pode criar para títulos, indicadores, legendas e parágrafos numerados. | () Nota de Rodapé |
| (4) Permite o alinhamento dos parágrafos à direita e à esquerda simultaneamente. | () Auto Correção |
| (5) Utiliza-se para inserir um texto em uma parte inferior de todas as páginas de um documento. | () Rodapé |
- a) 2,1,5,3,4
 - b) 4,3,2,1,5
 - c) 2,1,5,4,3
 - d) 4,3,5,1,2
 - e) 1,2,3,4,5

18. Considere um relatório digitado no Microsoft Word com 20 páginas. Desejando imprimir 6 cópias deste relatório de tal forma que a impressora imprima inicialmente a página 1 da primeira cópia, a página 1 da segunda cópia, a página 1 da terceira cópia e assim sucessivamente até a página 20 da sexta cópia, o ajuste para essa tarefa é feito na opção:

- a) Imprimir - cópia – desligando a opção agrupar
- b) Imprimir - cópia – ligando a opção agrupar
- c) Imprimir - intervalo de páginas – opção página (1-1;2-2;3-3;4-4;5-5;6-6)
- d) Imprimir - intervalo de página – opção página atual
- e) Imprimir - zoom – páginas por folha 20 páginas

19. Considere a planilha do excel abaixo. Qual a opção que corresponde à fórmula, cujo valor após digitar a tecla ENTER dar como resultado 21,25.



The screenshot shows a Microsoft Excel window titled "Microsoft Excel - Pasta1". The menu bar includes "Arquivo", "Editar", and "Exibir". The active cell is A11. The spreadsheet has two columns, A and B, and five rows. The values in column A are 26, 12, 15, 32, and an empty cell in row 5.

| | A | B |
|---|----|---|
| 1 | 26 | |
| 2 | 12 | |
| 3 | 15 | |
| 4 | 32 | |
| 5 | | |

- a) =A1+A2+A3+A4
- b) =(A1+A2+A3+A4)/2
- c) =MEDIA(A1;A2;A3;A4)
- d) =(A1+A4) * 0,4
- e) =A1*(20 + A3)/100

20. As fontes são utilizadas para exibir texto na tela e impresso. No Windows, uma fonte é o nome de um tipo de letra. As fontes possuem estilos como itálico, negrito e negrito e itálico. Para instalar novas fontes no sistema operacional windows , que passam a ser utilizadas pelos aplicativos do Microsoft Office, recomenda-se usar.

- a) Painel de Controle
- b) Microsoft Word
- c) Microsoft Excel
- d) Outlook
- e) MSN

PROVA: RELAÇÕES PÚBLICAS

TEXTO 1

**PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE
RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES
CONTEMPORÂNEAS**

Para Peter Drucker (1999, p. 189), “nenhum século da história humana passou por tantas transformações sociais radicais como o século XX”. As mudanças que ocorreram, sobretudo na última década, foram tão significativas que alteraram completamente a geopolítica internacional, a sociedade, as relações de trabalho, as formas de governos etc, provocando mudanças diferentes de “tudo que existiu em qualquer outro momento da história: em suas configurações, seus processos, seus problemas e suas estruturas”.

O processo de globalização mundial delinea um novo perfil de agência de publicidade e propaganda e de uma empresa de comunicação corporativa do presente e do futuro. Todos esses fatores estão provocando novas formas de sociabilidade e novas posturas dos agentes responsáveis pelas comunicações, dos setores públicos e privados e de segmentos da sociedade civil, com fortes conseqüências sobre todas as organizações em geral.

É exatamente no âmbito dessa nova sociedade e de cenários mutantes e complexos que as organizações operam, lutam para se manter e para cumprir sua missão e visão e para cultivar seus valores. Cabe às relações públicas, na gestão da comunicação, um papel relevante neste contexto.

As organizações, mais do que nunca, não poderão prescindir de uma comunicação viva e permanente, sob a ótica de uma política de relações públicas. Uma filosofia empresarial restrita ao marketing certamente não dará conta do enfrentamento dos grandes desafios da atualidade. Terão que se valer de serviços integrados nessa área, pautando-se por políticas que privilegiem o estabelecimento de canais efetivos de diálogos com os segmentos a elas vinculados e, principalmente, a abertura das fontes e à transparência de suas ações.

(Texto publicado no site: www.unirevista.unisinos.br, autora: Dra. Margarida M. Krohling Kunsch – acessado em: 11/11/09)

As questões de 21 a 23 baseiam-se no texto 1.

21. De acordo com o texto, podemos entender que as organizações em plena era da globalização buscam uma comunicação integrada. Portanto compreendemos como um dos enfoques teóricos da profissão de relações públicas, o exercício prático da comunicação integrada, que podemos definir como:

- a) Uma filosofia que direciona a convergência de diversas áreas, juntamente com o profissional de relações públicas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação interna/externa e da comunicação administrativa, que formam o composto da comunicação organizacional.
- b) Uma filosofia que direciona a convergência das áreas administrativa, publicidade e marketing, juntamente com o profissional de relações públicas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna/externa, que formam o composto da comunicação organizacional.
- c) Uma filosofia que direciona a convergência de diversas áreas, juntamente com o profissional de relações públicas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o composto da comunicação organizacional.
- d) Uma filosofia que direciona a convergência de diversas áreas, juntamente com o profissional de relações públicas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o composto da comunicação organizacional.
- e) Uma filosofia que direciona a convergência de diversas áreas, juntamente com o profissional de relações públicas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional e da comunicação mercadológica, que formam o composto da comunicação organizacional.

22. As mudanças de que o texto trata estão ocorrendo em nível macro, países, regiões, continentes e, conseqüentemente, em nível ainda micro, nas organizações em geral. Portanto, podemos compreender que:

- 1) Uma comunicação externa participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixa de sugestões, boletins, terminais de computador, intranet, rádio, etc.) envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo, sendo responsável por uma mudança positiva e significativa no cenário sócio-econômico desta empresa.
- 2) Uma comunicação mercadológica participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixa de sugestões,

- boletins, terminais de computador, intranet, rádio, etc.) envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo, sendo responsável por uma mudança positiva e significativa no cenário sócio-econômico desta empresa.
- 3) Uma comunicação interna participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixa de sugestões, boletins, terminais de computador, intranet, rádio, etc.) envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo, sendo responsável por uma mudança positiva e significativa no cenário sócio-econômico desta empresa.
- 4) Uma comunicação interna participativa, por meio de todo o instrumental disponível (out-door, out-bus, murais, caixa de sugestões, boletins, terminais de computador, tv aberta, etc.) envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo, sendo responsável por uma mudança positiva e significativa no cenário desta empresa.
- 5) Uma comunicação mercadológica/interna participativa, por meio de todo o instrumental disponível (murais, caixa de sugestões, boletins, terminais de computador, intranet, rádio, tv aberta, etc.) envolverá o empregado nos assuntos da organização e nos fatos que estão ocorrendo no país e no mundo, sendo responsável por uma mudança positiva e significativa no cenário desta empresa.
- b) O profissional de relações públicas, no composto da comunicação integrada, desenvolve atividades principalmente no que diz respeito à formação de gestores e ao seu relacionamento com as organizações, multiplicando conhecimentos através de programas muito bem delineados.
- c) O profissional de relações públicas, no composto da comunicação integrada, desenvolve atividades principalmente no que diz respeito à formação de públicos e ao seu relacionamento com as organizações, multiplicando informações através de programas de ação muito bem delineados.
- d) O profissional de relações públicas, no composto da comunicação integrada, desenvolve atividades principalmente no que diz respeito à formação de opiniões diversas e ao seu relacionamento psicomotor, multiplicando conhecimentos através de programas sociais muito bem delineados.
- e) O profissional de relações públicas, no composto da comunicação integrada, desenvolve atividades principalmente no que diz respeito à formação de líderes e ao seu relacionamento com a sociedade, multiplicando informações através de programas de fidelização de clientes, muito bem delineados.

24. O termo “barreiras” na comunicação organizacional define-se como problemas que interferem ou dificultam a comunicação numa determinada empresa, comprometendo assim o bom desempenho das atividades de um profissional de relações públicas numa determinada empresa.

Portanto, é certo afirmar que:

- a) Excesso de informações, comunicações incompletas e parciais, pressão do tempo e audição seletiva, são exemplos de barreiras na comunicação organizacional.
- b) Excesso de atividades, comunicações parciais, pressão do dia-a-dia e audição seletiva, são exemplos de barreiras na comunicação organizacional.
- c) Excesso de informações, comunicações seletivas, pressão do tempo e audição complexa, são exemplos de barreiras na comunicação sistêmica e mercadológica.
- d) Excesso de atividades, comunicações incompletas, pressão do dia-a-dia e audição complexa, são exemplos de barreiras na comunicação organizacional.
- e) Excesso de informações, comunicações incompletas e parciais, pressão do tempo e audição seletiva, são exemplos de barreiras na comunicação sistêmica e mercadológica.

Portanto é correto apenas o que se afirma em:

- a) 1 e 5.
b) 5.
c) 3 e 4.
d) 4 e 5.
e) 3.

23. Ainda de acordo com o texto, podemos entender como uma das responsabilidades fundamentais no processo de comunicação integrada de uma empresa, do profissional de relações públicas:

- a) O profissional de relações públicas, no composto da comunicação integrada, desenvolve atividades, principalmente no que diz respeito à formação de funcionários e aos seus relacionamentos com as organizações, multiplicando conhecimentos através de programas de marketing muito bem delineados.

25.No IV Congresso Mundial de Relações Públicas, realizado em outubro de 1967, no Rio de Janeiro, a então Comisión Interamericana para La Enseñanza de lãs Relaciones Publicas, da Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (Fiarp) fixou como funções básicas de um profissional de relações públicas:

- 1) Assessoria, pesquisa e planejamento.
- 2) Pesquisa, elaboração de produtos e arquivamento.
- 3) Execução (comunicação) e avaliação.
- 4) Assessoria de imprensa, análise de serviços e aprovação de campanhas publicitárias;
- 5) Execução, avaliação mercadológica e aprovação de campanhas publicitárias.

Portanto é correto apenas o que se afirma em:

- a) 1 e 5.
- b) 2, 3 e 4.
- c) 1 e 3.
- d) 1, 3 e 5.
- e) 3 e 5.

26.O papel fundamental do planejamento de relações públicas é o de exercer um caráter proativo nas ações decorrentes dos relacionamentos das organizações com seus públicos.

Portanto é correto também afirmar que:

- a) O exercício da análise mercadológica de relações públicas só é possível por meio do planejamento interno, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ter domínio das técnicas.
- b) O exercício do planejamento de relações públicas só é possível por meio da análise globalizada, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ter domínio das técnicas.
- c) O exercício da função estratégica de relações públicas só é possível por meio do planejamento estratégico, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ter domínio das técnicas administrativas.
- d) O exercício da direção mercadológica de relações públicas só é possível por meio do planejamento, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ir além das técnicas.

- e) O exercício da função estratégica de relações públicas só é possível por meio do planejamento, pois o gestor de comunicação ou profissional de relações públicas nas organizações contemporâneas precisa ir além das técnicas.

27.O gerenciamento de relações públicas nas organizações tem como fundamentos, de acordo com Ehling, White e Grunig (1992), quatro teorias essenciais.

Portanto, é correto afirmar que são elas:

- a) Teoria comportamental; Teoria de gerenciamento; Teoria da comunicação; Teoria de conflitos-resoluções.
- b) Teoria comportamental; Teoria de sistemas; Teoria da comunicação; Teoria de conflitos-resoluções.
- c) Teoria interorganizacional; Teoria de gerenciamento; Teoria da comunicação; Teoria de conflitos-resoluções.
- d) Teoria interorganizacional; Teoria de gerenciamento; Teoria da comunicação; Teoria de análises de resultados.
- e) Teoria comportamental; Teoria de sistemas; Teoria da comunicação; Teoria de análise de resultados.

28.Raymond Simon define a função administrativa de um profissional em relações públicas da seguinte forma: “As relações públicas constituem como função administrativa o ato que avalia as atitudes do público, identifica as políticas e os procedimentos de uma organização com o interesse público e executa um programa de ação e comunicação para obter a compreensão e aceitação do público” (1994, p.18).

Portanto, podemos compreender também que a definição acima citada, descreve como exercício prático, da função administrativa desse profissional:

- 1) Ser imprescindível planejar o processo de inter-relacionamento das organizações com seus públicos, adotando estratégias e técnicas apropriadas e utilizando instrumentos adequados para cada segmento de público que se quer atingir.
- 2) Ser imprescindível controlar o processo de inter-relacionamento das organizações com seus públicos, adotando funções sociais adequadas para cada segmento de público que se quer atingir.
- 3) Ser imprescindível avaliar o processo de gestão de liderança das organizações com seus segmentos de mercado, adotando estratégias e

técnicas apropriadas e utilizando produtos adequados para cada grupo que se quer atingir.

- 4) Ser imprescindível diagnosticar o processo de gestão de liderança das organizações com seus públicos, adotando estratégias e técnicas apropriadas e utilizando instrumentos adequados para cada segmento de público que se quer atingir.
- 5) Ser imprescindível controlar o processo de inter-relacionamento das organizações com seus públicos, adotando estratégias e técnicas apropriadas e utilizando produtos adequados para cada grupo que se quer atingir.

Portanto é correto apenas o que se afirma em:

- a) 5.
- b) 2 e 3.
- c) 1.
- d) 4 e 5.
- e) 3.

29. Como função política, as relações públicas lidam basicamente com as relações de poder dentro das organizações e com a administração de controvérsias, confrontações, crises e conflitos sociais que acontecem no ambiente do qual fazem parte.

Portanto, de acordo com a afirmativa acima, podemos também entender que para o desempenho da função política de relações públicas, é fundamental:

- a) A prática do processamento das relações de TGA no que se refere às questões de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente interno. As organizações são interdependentes e estão sujeitas às forças do controle interno.
- b) Compreender como se processam as relações de gestão nas organizações e sua influência nas relações com o ambiente interno. As organizações são dependentes e estão sujeitas às forças do controle ambiental.
- c) Compreender como se processam as relações de autonomia no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo. As organizações são dependentes e estão sujeitas às forças do controle ambiental.
- d) Compreender como se processam as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo. As organizações são interdependentes e estão sujeitas às forças do controle externo.
- e) Compreender como se processam as relações de TGA nas organizações e sua influência nas relações com o ambiente interno. As

organizações são interdependentes e estão sujeitas às forças do controle externo.

30. Na atualidade, fala-se mais do que nunca em responsabilidade social das empresas, balanço social, cidadania empresarial ou corporativa, programas de voluntariado etc. No entanto, é oportuno considerarmos que, embora vigore hoje uma nova mentalidade, muitos comportamentos empresariais são ainda guiados mais por uma percepção filantrópica do que por um engajamento ou compromisso social.

De acordo com a afirmativa acima descrita, podemos contextualizar como filantropia e compromisso social respectivamente:

- a) Ações Integradas; Transparência na atuação e busca por multiplicar iniciativas.
- b) Participação reativa; Motivação humanitária.
- c) Incorporada na cultura da empresa, a ação envolve todos os colaboradores; Participação proativa.
- d) A ação é por opção pessoal do dirigente; Complementa-se a ação do Estado, numa relação de parceria e controle.
- e) Sem preocupação em associar imagem da empresa e ação social; Participação reativa.

31. O termo “responsabilidade social”, hoje assume grande relevância no contexto das organizações. De acordo com Burt Scanlan (1979, pág: 52) pode ser definida como uma obrigação da parte da empresa para com a sociedade. Tais obrigações podem ser muito complexas e estão em debate contínuo atualmente.

Portanto, de acordo com este autor, podemos também compreender que as organizações têm o dever de:

- a) Pagar à sociedade, parcialmente, aquilo de que usufruem, já que os recursos por elas utilizados são provenientes das empresas. Portanto, só fabricar produtos e comercializar serviços não é suficiente.
- b) Restituir à sociedade tudo aquilo de que usufruem, já que os recursos por elas utilizados são provenientes da sociedade. Portanto, só fabricar produtos e comercializar serviços não é suficiente.
- c) Retornar à sociedade tudo aquilo de que usufruem, já que os recursos por elas utilizados são provenientes das empresas. Portanto, fabricar produtos e comercializar serviços é o suficiente.
- d) Restaurar à sociedade tudo aquilo de que desfrutam, já que os recursos por elas

utilizados são provenientes da sociedade. Portanto, só fabricar produtos é o suficiente.

- e) Restituir à sociedade tudo de que desfrutam, já que os recursos por elas utilizados são provenientes da globalização em massa. Portanto, só comercializar serviços é o suficiente.

TEXTO: 2

PESQUISA E AUDITORIA EM RELAÇÕES PÚBLICAS.

A pesquisa constitui um pré-requisito para o planejamento das relações públicas nas organizações. Se comparado com a área de marketing, o investimento financeiro destinado para pesquisas de opinião, de imagem e de comunicação no contexto institucional é muito inferior. Ou seja, muitas empresas gastam volumosas quantias para pesquisa de mercado e de produto, mas ainda não valorizam como deveriam as pesquisas voltadas para conhecer a opinião dos públicos a respeito do seu comportamento corporativo e de suas atitudes, bem como das práticas de sua comunicação.

É de fundamental importância o uso da pesquisa e de auditorias em relações públicas a fim de possibilitar um caráter científico para a prática de suas atividades. Esse trabalho é de muita responsabilidade, pois lida com organizações complexas, pessoas, grupos, públicos e opinião pública. Envolve comportamentos, atitudes, reputação, imagem, identidade corporativa, administração de percepções, negociação etc. Somente com uma atitude científica e profissional, por parte do relações públicas, poderão ser construídos diagnósticos e posteriormente elaborados prognósticos, que contribuirão para o sucesso organizacional das grandes empresas em plena era da globalização.

(Kunsch, Margarida Maria Krohling – Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada, pág: 277 - São Paulo: Summus, 2003.)

As questões de 32 a 35 baseiam-se no texto 2.

- 32.** De acordo com o texto, podemos entender que a aplicação de pesquisas específicas, como atividade de relevância na função de relações públicas, requer a adoção de algumas premissas por parte desse profissional: conhecimentos básicos sobre pesquisa científica, seus métodos, instrumentos e técnicas. Portanto, é correto afirmar também que a pesquisa em relações públicas tem como objetivos:

- a) Conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação organizacional; conhecer em profundidade a organização e seus públicos para a elaboração de planos, projetos e programas especiais de comunicação; fazer análise ambiental interna e externa, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos corporativos.
- b) Conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação institucional; conhecer em profundidade a organização e sua comunicação para a elaboração de planos, projetos e programas especiais de comunicação; fazer varredura sistêmica interna, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos.
- c) Conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação organizacional/institucional; conhecer em profundidade a organização e sua comunicação para a elaboração de planos e projetos de comunicação; fazer varredura sistêmica interna e externa, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos.
- d) Conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação institucional; conhecer em profundidade a organização e seus públicos para a elaboração de projetos e programas especiais de comunicação; fazer análise ambiental externa, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos.
- e) Conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação organizacional/institucional; conhecer em profundidade a organização, sua comunicação e seus públicos para a elaboração de planos, projetos e programas especiais de comunicação; fazer análise ambiental interna e externa, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos.

- 33.** Glen M. Broom e David M. Dozier (1990), categorizam os tipos de pesquisa em relações públicas, apresentando cinco abordagens no gerenciamento dos programas com os públicos. Portanto, é correto afirmar que as abordagens são:

- a) Abordagem de environmental monitoring; Abordagem informal; Abordagem de evento midiático; Abordagem exclusivamente de avaliação; Abordagem de focus groups.
- b) Abordagem da “não-pesquisa”; Abordagem informal; Abordagem de evento midiático;

- Abordagem exclusivamente de avaliação;
Abordagem de administração científica.
- c) Abordagem de environmental; Abordagem da “não-pesquisa”; Abordagem informal; Abordagem de evento midiático; Abordagem exclusivamente de avaliação.
- d) Abordagem da “não-pesquisa”; Abordagem informal; Abordagem de focus groups; Abordagem exclusivamente de avaliação; Abordagem de administração científica.
- e) Abordagem da “não-pesquisa”; Abordagem informal; Abordagem de evento midiático; Abordagem de focus groups; Abordagem de administração científica.

34.A construção de um questionário de pesquisa institucional adequado à obtenção do máximo de informações deverá, a princípio contemplar 2 (dois) itens. Sendo o primeiro composto de: Organização - identificação e dados gerais: história, infraestrutura física, transportes, produtos ou serviços, situação econômica, estrutura organizacional e administrativa; cultura organizacional, clima organizacional, capital intelectual; missão, visão e valores, ambiente, responsabilidade social e balanço social.

Portanto é correto afirmar que o segundo item do questionário em pauta, cujo tema principal é a Comunicação, é composto por:

- a) Comunicação - sistema de comunicação integrada (fluxos, processo, redes, barreiras e meios); públicos; estrutura departamental ou setorial da comunicação; políticas, filosofia e objetivos; missão, visão e valores; práticas da pirâmide organizacional.
- b) Comunicação - sistema de TI (fluxos, processo, redes e meios de transporte); públicos; estrutura departamental ou setorial da comunicação; políticas, financiamentos e objetivos; missão, visão e valores da comunicação; práticas da pirâmide organizacional.
- c) Comunicação - sistema de comunicação vigente (fluxos, processo, redes, barreiras e meios); públicos; estrutura departamental ou setorial da comunicação; políticas, filosofia e objetivos; missão, visão e valores da comunicação; práticas da comunicação organizacional.
- d) Comunicação - sistema de comunicação vigente (fluxos, processo, redes, barreiras e meios de transporte); públicos; estrutura departamental ou setorial da comunicação; políticas, filosofia e objetivos; missão, visão e valores da comunicação; práticas da economia globalizada.
- e) Comunicação - sistema de TI (fluxos, processo, redes, barreiras e meios); públicos; estrutura departamental ou setorial de visão holística; políticas, filosofia e objetivos; missão, visão e valores; práticas da economia globalizada.

35.Ainda sobre pesquisa, agora com o enfoque em públicos estratégicos, estes também querem que as organizações almejem objetivos que são importantes para si e não necessariamente para a organização, como, por exemplo, a segurança do trabalho, produtos seguros e menos poluição. Portanto, podemos entender também que:

- a) Os públicos estratégicos não possuem interesses específicos e conseqüentemente não podem influenciar a missão e os objetivos das organizações.
- b) Os públicos estratégicos possuem interesses de âmbito global e não podem para influenciar a missão e os objetivos das organizações.
- c) Os públicos estratégicos possuem interesses específicos e fazem todo o possível para influenciar a missão e os objetivos das organizações.
- d) Os públicos estratégicos possuem interesses administrativos voltados ao mercado de trabalho e fazem todo o possível para influenciar os objetivos das organizações.
- e) Os públicos estratégicos possuem interesses públicos e fazem todo o possível para influenciar a missão das organizações.

36.A diferença entre os meios econômicos e sociais nos ajuda a distinguir o marketing, das relações públicas, ou seja, duas funções gerenciais que normalmente se confundem quando as relações públicas estão se iniciando.

Portanto, é correto também afirmar que a função de marketing se dá no meio:

- 1) Administrativo. As relações públicas atuam no meio social das organizações.
- 2) Econômico. As relações públicas atuam no planejamento organizacional das empresas.
- 3) Administrativo. As relações públicas atuam no planejamento organizacional das empresas.
- 4) Econômico. As relações públicas atuam no meio social das organizações.
- 5) Capitalista. As relações públicas atuam na área sistêmica das organizações.

É correto apenas o que se afirma em:

- a) 1.
- b) 1 e 2.
- c) 4.
- d) 4 e 5.
- e) 3.

37. Os eventos constituem uma atividade de grande interesse para as organizações, tendo em vista que propiciam o envolvimento direto dos públicos na sua realização. Existem diversas modalidades de eventos que os profissionais costumam desenvolver no dia-a-dia.

Portanto, é correto contextualizar que na categoria de eventos, acima citados, enquadram-se:

- a) Congressos, convenções, reuniões administrativas, inaugurações, concursos, mostras e exposições, premiações e lançamentos de produtos.
- b) Congressos, convenções, simpósios, inaugurações, concursos, mostras e exposições, premiações e lançamentos de produtos.
- c) Congressos, convenções, simpósios, inaugurações, almoços filantrópicos, mostras e cenários globais, exposições e premiações.
- d) Congressos, convenções, simpósios, inaugurações, almoços filantrópicos, exposições, lançamentos de produtos e reuniões sócio-financeiras.
- e) Congressos, simpósios, inaugurações, concursos, mostras, exposições, premiações e cenários globais.

38. Há três tipos de atividades principais que envolvem o planejamento, a organização e a execução dos eventos: 1. Organização; 2. Produção de material informativo e promocional; 3. Divulgação.

Portanto, no que se refere a organização de um evento, também está correto o que se afirma em:

- a) As atividades relacionadas com a organização englobam todos os materiais que permitem divulgar o evento para atrair o público que se quer atingir, como: folders, cartazes, circulares, etc.
- b) As atividades relacionadas com a organização englobam o plano de comunicação dirigida e de comunicação para a mídia, dependendo da amplitude do evento.
- c) As atividades relacionadas com a organização englobam a produção cultural de acordo com o interesse do público-alvo formada através de sua identidade visual.
- d) As atividades relacionadas com a organização englobam todas as providências administrativas, como definição de local e

data, cadastramento de participantes, elaboração de mailing list, etc.

- e) As atividades relacionadas com a organização englobam atividades de apoio à área de recursos humanos, relações com a mídia ou assessoria de imprensa.

39. Os fatos raros de uma empresa, convertidos em eventos especiais ou excepcionais, podem gerar sensação e ser motivo para notícia. Em Relações Públicas, esses meios representam oportunidades de relacionamentos.

Portanto, está correto também afirmar que a questão acima é amplamente utilizada no equacionamento de temas de interesse público e que abrangem:

- 1) Comemorações internas: aniversário da empresa e de funcionários, metas e marcos históricos logrados pela organização, festa de Natal, comunhão pascal, empregados que cumprem dez ou mais anos na companhia.
- 2) Comemorações externas: aniversário da empresa, festas típicas, folclóricas, empregados que cumprem dez ou mais anos na companhia.
- 3) Concursos internos: tipicamente os de valorização de grupos de servidores.
- 4) Concursos externos: promocionais ou de caráter comunitário.
- 5) Concursos internos: exclusivamente os de valorização de produtos novos e serviços.

É correto apenas o que se afirma em:

- a) 1, 2 e 5.
- b) 3 e 4.
- c) 2, 3 e 4.
- d) 5.
- e) 1, 3 e 4.

40. O texto publicado no D.O.U. de 10/03/72, referente ao Decreto nº 70274 de 09/03/72, no que diz respeito as normas do cerimonial público – cap. I da precedência, retrata, na íntegra, em seu contexto no art. 1º.

- a) Art. 1º. - Não comparecendo o Presidente da República, o Vice-Presidente da República presidirá a cerimônia a que estiver presente. Parágrafo único. Os antigos Vice-Presidentes da República passarão logo após os antigos Chefes de Estado, com a ressalva prevista no parágrafo único do artigo 1º.
- b) Art. 1º. - O Presidente da República presidirá sempre a cerimônia a que comparecer. Parágrafo único. Os antigos Chefes de Estado

passarão logo após o Presidente do Supremo Tribunal Federal, desde que não exerçam qualquer função pública. Neste caso, a sua precedência será determinada pela função que estiverem exercendo.

- c) Art. 1º. - Os Ministros de Estado presidirão as solenidades promovidas pelos respectivos Ministérios.
- d) Art. 1º. - A precedência entre os Ministros de Estado, ainda que interinos, é determinada pelo critério histórico de criação do respectivo Ministério, na seguinte ordem: Justiça; Marinha; Exército; Relações Exteriores; Fazenda; Transportes; Agricultura; Educação e Cultura; Trabalho e Previdência Social, Aeronáutica; Saúde, Indústria e Comércio; Minas e Energia; Planejamento e Coordenação Geral; Interior; e Comunicações.
- e) Art. 1º. - Quando estiverem presentes personalidades estrangeiras, o Ministro de Estado das Relações Exteriores terá precedência sobre seus colegas, observando-se critério análogo com relação ao Secretário-Geral de Política Exterior do Ministério das Relações Exteriores, que terá precedência sobre os Chefes dos Estados-Maior da Armada e do Exército. O disposto no presente parágrafo não se aplica ao Ministro de Estado em cuja jurisdição ocorrer a cerimônia.