



**MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA**

CADERNO DE PROVA RELAÇÕES PÚBLICAS

DATA DA PROVA 11/10/2024

PROCESSO SELETIVO DO PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO E GRADUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA.

PROVA

Este Caderno de Prova foi aplicado na modalidade on-line, contendo 30 (trinta) questões objetivas.

INFORMAÇÕES GERAIS

Prova aplicada conforme requisitos de segurança dispostos no Edital do Certame e no ambiente virtual.

LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto a seguir para responder às questões de 1 a 8.

Regulação da IA no Brasil pode minimizar riscos e privilegiar usos positivos.

27/06/24

A inteligência artificial carrega potencialidades que podem servir para o bem da humanidade, a justiça e a dignidade da pessoa humana. Na mesma medida, no entanto, ela oferece riscos dos mais variados ao mercado de trabalho, à privacidade e à democracia, por exemplo. A garantia do uso benéfico da tecnologia deve partir de uma regulação geral, o que já é inevitável, dado o impacto cotidiano da IA. E essa regulamentação deve se fundar no princípio da precaução, ater-se aos direitos fundamentais e propor uma governança híbrida. Essa foi a conclusão dos participantes da mesa "Inteligência Artificial: Riscos Éticos, Econômicos e Eleitorais", que integrou o segundo dia da 12ª edição do Fórum Jurídico de Lisboa em 27/6/24. [...]

Participaram do debate o presidente do STF, ministro Luís Roberto Barroso; o senador Eduardo Gomes (PL-TO); o ministro Ricardo Villas B. Cueva, do STJ; Laura S. Mendes, diretora do Centro de Direito, Internet e Sociedade e profa. do IDP e da UnB; e a profa. Dora Kaufman, da Faculdade de Ciências Exatas e Tecnologia da PUC-SP. A moderação foi feita pelo adv. Fabrício da M. Alves, membro-fundador da Assoc. Bras. de Governança Pública de Dados Pessoais.

O ministro Barroso iniciou sua exposição sobre o tema afirmando ser um entusiasta das potencialidades positivas da inteligência artificial, que definiu como programas que transferem capacidades humanas para computadores. Ele mencionou o uso para tomadas de decisões com base em dados e a automação de atividades, além de aplicações no Direito.

"Só no Supremo, nós temos a utilização de inteligência artificial para agrupar processos por temas e sabermos quais deles têm mais matérias repetitivas, para podermos decidir em repercussão geral e eliminar milhares de casos", disse Barroso, que aguarda o desenvolvimento de uma ferramenta que faça resumos de processos em até cinco páginas.

O presidente do STF lembrou em seguida, no entanto, os riscos da inteligência artificial. Ele citou o impacto no mercado de trabalho, o que vai exigir adaptação de trabalhadores e redes de proteção social; a preocupação com o uso para fins bélicos, como armas letais autônomas; o aumento da desinformação, com deepfakes; e o risco para a privacidade, dado o volume de informações pessoais coletadas pelas big techs.

Barroso defendeu, em resposta a isso, uma regulação da IA que se atenha à proteção dos direitos fundamentais e da democracia e à transparência na governança. "Acho que não devemos ter medo, mas, sim, a preocupação de fazer com que a inteligência artificial caminhe por uma trilha ética e que sirva às causas da humanidade: o bem, a justiça e a dignidade da pessoa humana."

Já o ministro Cueva fez um apelo por uma regulação de caráter geral, que forneça um arcabouço normativo para a regulação setorial, já existente no uso da inteligência artificial na Medicina e em carros autônomos, por exemplo. Em 2022, o magistrado presidiu a comissão de juristas que apresentou um anteprojeto ao Senado para regular a IA no Brasil. O documento fundamentou o Projeto de Lei 2.338/2023, apresentado pelo senador Rodrigo Pacheco (PSD-MG), presidente da casa legislativa, em maio do ano passado, que objetiva regulamentar o uso da tecnologia.

"O que se procurou fazer foi garantir que haja a centralidade da pessoa humana no uso da inteligência artificial. Queremos ter a certeza de que a última palavra será dada por um ser humano, e isso é muito relevante quando se trata do uso dela na atividade jurisdicional", acrescentou o ministro do STJ.

Eduardo Gomes, relator do PL 2.338/23 no Senado, afirmou que a leitura do texto final deve ocorrer na próxima semana. Na semana seguinte, ele espera que já possa ser aprovado pelos senadores, sendo encaminhado posteriormente à Câmara. A expectativa do senador é ter a lei sancionada até o fim do ano, o que não deve encerrar de vez a discussão, uma vez que as eventuais novas aplicações da inteligência artificial irão exigir adaptações normativas.

"A regulação identifica as necessidades e aproxima todos de um certo conhecimento. Não regular, de alguma forma, é ser regulado. Eu quero saber qual o setor que questionou, que trabalhou junto com a comissão, que acompanhou os textos em construção no Parlamento, que já não está sendo regulado e abalado positiva ou negativamente pela inteligência artificial?", disse o senador ao questionar a contrariedade de certos setores à regulação.

A professora Laura S. Mendes, que foi relatora da comissão de juristas, que preparou o anteprojeto do PL 2.338/23, afirmou que o texto deverá estabelecer um marco civil da inteligência artificial no país. Ela listou acertos do texto: ele dialoga com normativas internacionais, mas se preocupa com as especificidades do arranjo brasileiro; tem uma estrutura simples em princípios e direitos; parte de um modelo de regulação de riscos, que impõe requisitos mais graves e medidas de governança mais gravosas a riscos mais altos; propõe a discussão sobre direitos autorais; e tem um modelo híbrido de governança.

"Não estamos mais falando de uma autoridade que vai regular esse sistema. As agências reguladoras devem assumir um protagonismo, serão apenas elas que poderão sancionar e supervisionar esses sistemas. Mas esse sistema todo, chamado de SIA (Sistema de Governança e Regulação de Inteligência Artificial), previsto no projeto de lei, terá a coordenação de uma autoridade. Ou seja, essa governança tem de ser

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA - MPBA 2024 .2
PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO E GRADUAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

harmônica, com uma autoridade coordenadora e o protagonismo dessas agências. A criação desse modelo foi um grande acerto."

Adaptado

<https://www.conjur.com.br>

1. É comum a manifestação simultânea de algumas funções da linguagem num mesmo texto. A função referencial ou denotativa, que tem o assunto como destaque, está presente no texto acima, uma vez que há elementos que

A) expõem os sentimentos e o ponto de vista do autor sobre a regulação da IA.

B) informam sobre a garantia do uso benéfico da IA a partir de uma regulação.

C) expressam uma estratégia persuasiva para estimular a regulação da IA.

D) revelam marcas de interlocução, legitimando o canal de comunicação.

E) caracterizam a linguagem conotada ao comentar os riscos e o uso positivo da IA.

2. Marque a frase do texto que NÃO apresenta caráter argumentativo.

A) "[...] fazer com que a inteligência artificial caminhe por uma trilha ética e que sirva às causas da humanidade: o bem, a justiça e a dignidade da pessoa humana." 6º§

B) "Em 2022, o magistrado presidiu a comissão de juristas que apresentou um anteprojeto ao Senado para regular a IA no Brasil." 7º§

C) "O que se procurou fazer foi garantir que haja a centralidade da pessoa humana no uso da inteligência artificial." 8º§

D) "Não regular, de alguma forma, é ser regulado." 10º§

E) "Ou seja, essa governança tem de ser harmônica, com uma autoridade coordenadora e o protagonismo dessas agências." 12º§

3. "Na mesma medida, no entanto, ela oferece riscos dos mais variados ao mercado de trabalho, à privacidade e à democracia, por exemplo." 1º§

O conectivo destacado terá o sentido modificado, se for substituído por

A) contudo.

B) entretanto.

C) porém.

D) todavia.

E) porquanto.

4. "[...] uma vez que as eventuais novas aplicações da inteligência artificial irão exigir adaptações normativas." 9º§

Essa oração traduz, no contexto, noção de:

A) conclusão.

B) condição.

C) causa.

D) restrição.

E) adição.

5. "A professora Laura S. Mendes, que foi relatora da comissão de juristas, que preparou o anteprojeto do PL 2.338/23, afirmou que o texto deverá estabelecer um marco civil da inteligência artificial no país." 11º§

As vírgulas nesse período separam

A) oração adjetiva.

B) oração adverbial.

C) oração substantiva.

D) oração coordenada.

E) oração reduzida.

6. "[...] aguarda o desenvolvimento de uma ferramenta que faça resumos de processos em até cinco páginas." 4º§

As duas formas verbais sublinhadas nessa frase NÃO estão conjugadas

A) na mesma pessoa.

B) no mesmo número.

- C) no mesmo modo.
D) no mesmo tempo.
E) na mesma voz.

7. "[...] e isso é muito relevante quando se trata do uso dela na atividade jurisdicional [...]." 8º§

É CORRETO afirmar sobre a função do "se" nessa frase:

- A) conjunção subordinativa.
B) objeto direto.
C) objeto indireto.
D) índice de indeterminação do sujeito.
E) partícula apassivadora.

8. "[...] ater-se aos direitos fundamentais [...]." 1º§

É sinônimo da palavra destacada, EXCETO:

- A) atar-se.
B) fiar-se.
C) circunscrever-se.
D) cingir-se.
E) elidir-se.

9. "Tomamos a liberdade, Senhor Ministro, de _____ a _____ defesa para regulamentação da Inteligência Artificial. Se _____, serão protegidos nossos direitos fundamentais."

Marque a alternativa que preenche corretamente os espaços da frase acima, conforme o padrão de concordância da língua culta.

- A) pedi-lo - sua - intervieres.
B) pedir-lhe - sua - intervier.
C) pedir-lhe - vossa - intervier.
D) pedir-lhe - sua - intervieres.
E) pedir-te - vossa - intervirdes.

10. Assinale a alternativa em que todas as palavras da frase foram empregadas adequadamente e escritas conforme a grafia vigente.

- A) Especialista explica porque não podemos confiar na inteligência artificial.
B) Anatel inicia tomada de subzídios para discutir regulação de inteligência artificial.
C) Roteiristas paralizaram atividades por cinco meses em busca de regras para uso de IA.
D) Executivos preveem economia de tempo de até quatro horas semanais com uso de IA.
E) É necessário auto-controle para gastar menos tempo nas redes sociais.

Leia o fragmento de texto a seguir para responder às questões de 11 a 13.

Home office: desafio ou benefício?

Muitos jovens da geração Z (pessoas nascidas entre 1995 e 2010) acabaram se formando durante a pandemia e tendo como principal desafio ou benefício o trabalho home office - regime de trabalho que hoje não está sendo adotado por muitas empresas, apesar da flexibilidade ser um dos benefícios que mais atrai os profissionais pós-pandemia.

"Os jovens de hoje estão cada vez mais inflexíveis para voltarem ao trabalho dentro dos escritórios. Em casos extremos, esses funcionários preferem o desligamento ao retorno híbrido ou presencial", diz Victor Fazzio, sócio sênior do Grupo Hub, consultoria de RH.

Apesar da preferência pelo trabalho remoto e híbrido, muitas empresas querem voltar com o trabalho presencial, mas esse movimento tem demonstrado uma mudança no mercado de trabalho: lideranças de RH têm identificado que a resistência da geração Z está levando as empresas à contratação de talentos mais maduros.

(Adaptado - <https://exame.com/carreira>)

11. Na articulação de ideias no texto, o autor utilizou um recurso de coesão que exprime sentido de concessão em:

- A) "Muitos jovens da geração Z acabaram se formando durante a pandemia [...]." 1º§
B) "[...] regime de trabalho que hoje não está sendo adotado [...]." 1º§

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA - MPBA 2024 .2
PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO E GRADUAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

- C) "Os jovens de hoje estão cada vez mais inflexíveis [...]"
2º§
- D) "Apesar da preferência pelo trabalho remoto e híbrido [...]" 3º§
- E) "[...] lideranças de RH têm identificado que a resistência da geração Z [...]" 3º§

12. O termo destacado é advérbio ou expressão adverbial apenas em:

- A) "[...] tendo como principal desafio ou benefício o trabalho home office [...]" 1º§
- B) "Os jovens de hoje estão cada vez mais inflexíveis [...]"
2º§
- C) "[...] voltarem ao trabalho dentro dos escritórios." 2º§
- D) "[...] muitas empresas querem voltar com o trabalho presencial [...]" 3º§
- E) "[...] mas esse movimento tem demonstrado uma mudança [...]" 3º§

13. "[...] esses funcionários preferem o desligamento ao retorno híbrido ou presencial [...]" 2º§

Considere a regência verbal e marque a alternativa que apresenta uma adaptação CORRETA da frase acima.

- A) [...] o funcionário prefere o desligamento do que o retorno híbrido ou presencial [...].
- B) [...] o funcionário prefere mais o desligamento ao retorno híbrido ou presencial [...].
- C) [...] o funcionário prefere o desligamento à retornar de forma híbrida ou presencial [...].
- D) [...] o funcionário prefere mais se desligar a retornar de forma híbrida ou presencial [...].
- E) [...] o funcionário prefere seu desligamento a trabalhar de forma híbrida ou presencial [...].

14. Na frase "Um _____ para maior adesão ao home office é a dificuldade de gerenciamento da produtividade.", a palavra que completa corretamente a lacuna é:

- A) impecilho.

- B) impecilho.
- C) empecílio.
- D) impecílio.
- E) impecilho.

15. Assinale a alternativa correspondente à frase em que a concordância verbal está CORRETA.

- A) Precisam-se de jovens profissionais com habilidades para resolução de problemas e criatividade.
- B) Nos dias atuais, deve haver poucas empresas contratando profissionais para o trabalho remoto.
- C) A flexibilidade e a comodidade dos profissionais encontra-se entre as vantagens do trabalho remoto.
- D) Pode existir, no momento presente, poucos jovens da geração Z dispostos ao trabalho presencial.
- E) As análises das lideranças de RH prevê uma queda na contratação de jovens da geração Z.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. A administração de crise de imagem exige uma atuação rápida e estratégica para mitigar os danos à reputação de uma empresa ou instituição. No contexto de Relações Públicas, qual das alternativas a seguir melhor descreve uma ação recomendada durante uma crise de imagem?

- A) Minimizar a gravidade da crise, evitando discussões públicas sobre o assunto para proteger a reputação da empresa.
- B) Negar publicamente qualquer envolvimento da empresa na crise e evitar a emissão de comunicados oficiais para não gerar mais atenção.
- C) Assumir a responsabilidade, emitir um comunicado transparente e detalhado sobre as ações corretivas tomadas, e manter uma comunicação aberta e constante com o público e a imprensa.
- D) Esperar que a crise se resolva naturalmente, sem a necessidade de intervenções ou comunicados oficiais, para evitar escalar o problema.
- E) Transferir a responsabilidade para terceiros, sempre que possível, e divulgar comunicados internos sem envolver o público externo.

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

17. As redes sociais desempenham um papel central na comunicação institucional moderna, influenciando a percepção pública e a interação com stakeholders. Considerando as melhores práticas em Relações Públicas, qual das alternativas a seguir representa uma estratégia adequada para a gestão de redes sociais em uma instituição?

A) Utilizar as redes sociais apenas para a divulgação de produtos e serviços, evitando a interação direta com o público para manter a neutralidade institucional.

B) Delegar a gestão das redes sociais para uma agência terceirizada sem fornecer diretrizes internas, permitindo que as interações sejam totalmente espontâneas.

C) Publicar conteúdos de maneira esporádica e evitar o uso de métricas para avaliação do desempenho nas redes, para manter uma comunicação mais natural e menos calculada.

D) Monitorar constantemente as redes sociais, responder prontamente a críticas e sugestões, e promover conteúdos que engajem o público, alinhando-se aos valores e objetivos da instituição.

E) Manter um perfil passivo nas redes sociais, limitando as postagens a eventos importantes e *press releases*, sem interação com os seguidores.

18. No planejamento estratégico de Relações Públicas, a execução e avaliação de atividades são etapas essenciais para garantir o sucesso das ações. Qual das alternativas a seguir melhor descreve o processo de avaliação de uma campanha de Relações Públicas?

A) A avaliação deve ser feita apenas ao final da campanha, analisando os resultados gerais, sem a necessidade de monitoramento durante a execução.

B) A avaliação de uma campanha é um processo contínuo, que inclui o monitoramento de indicadores de desempenho ao longo de toda a execução, com ajustes feitos em tempo real quando necessário.

C) A avaliação de campanhas de Relações Públicas deve ser realizada exclusivamente por consultorias externas, garantindo que a empresa mantenha imparcialidade nos resultados.

D) A avaliação da campanha é opcional e pode ser realizada somente se os resultados forem visivelmente insatisfatórios, para evitar o desperdício de recursos.

E) A avaliação de uma campanha de Relações Públicas deve focar apenas nos aspectos quantitativos, como o número de menções e cliques, sem considerar a qualidade das interações.

19. O Código de Ética dos profissionais de Relações Públicas estabelece princípios fundamentais que devem guiar a prática

da comunicação integrada, institucional e mercadológica. Entre esses princípios, destacam-se a transparência nas relações com os públicos e o compromisso com a responsabilidade social.

A atuação ética de um profissional de Relações Públicas na comunicação institucional envolve a _____, garantindo que as informações sejam sempre verdadeiras e transmitidas de maneira clara. Além disso, na comunicação mercadológica, o profissional deve assegurar que os interesses organizacionais estejam alinhados com _____, promovendo práticas responsáveis e sustentáveis.

Indique a alternativa que preenche corretamente as lacunas da sentença acima.

A) transparência - os princípios éticos.

B) objetividade - as normas da publicidade.

C) imparcialidade - os direitos do consumidor.

D) confidencialidade - as diretrizes legais.

E) neutralidade - os objetivos comerciais.

20. A comunicação integrada é uma estratégia essencial para garantir a coesão e consistência das mensagens transmitidas por uma organização. Nesse contexto, qual é o papel do profissional de Relações Públicas na implementação de uma comunicação integrada?

A) Focar exclusivamente na criação de conteúdo para redes sociais, deixando as demais áreas de comunicação para outros departamentos.

B) Delegar a responsabilidade da comunicação institucional para as agências terceirizadas, limitando-se à execução de eventos.

C) Garantir que os interesses do público interno sejam sempre prioritários em relação às estratégias de comunicação externa.

D) Manter uma comunicação integrada focada unicamente no público consumidor, sem considerar a comunicação com outros stakeholders.

E) Coordenação das diferentes áreas de comunicação da organização, como publicidade, marketing e comunicação interna, para assegurar que todas as mensagens estejam alinhadas com os objetivos estratégicos e a imagem institucional.

21. Na criação publicitária, os valores e a cultura organizacional devem estar refletidos nas campanhas de comunicação, para garantir autenticidade e alinhamento com a

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA - MPBA 2024 .2
PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO E GRADUAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

identidade da organização. Qual das alternativas a seguir melhor descreve a integração entre criação publicitária e cultura organizacional?

- A)** As campanhas publicitárias devem ser criadas com foco exclusivo na maximização de vendas, sem a necessidade de se preocupar com a cultura organizacional.
- B)** A criação publicitária deve refletir os valores e a identidade cultural da organização, garantindo que a mensagem publicitária seja coerente com a forma como a organização se posiciona e é percebida por seus stakeholders.
- C)** A cultura organizacional deve ser mencionada explicitamente em todas as peças publicitárias, garantindo que os valores estejam sempre em destaque.
- D)** As campanhas publicitárias devem evitar referências à cultura organizacional para manter uma abordagem universal e genérica, que possa atrair o maior número de consumidores.
- E)** A criação publicitária deve focar em tendências de mercado, mesmo que essas contrariem a cultura organizacional da empresa, para garantir competitividade.

22. A construção de relacionamentos é uma das funções centrais dos profissionais de Relações Públicas, que devem gerenciar a comunicação entre a organização e seus diferentes públicos. Qual das alternativas a seguir melhor descreve uma estratégia eficaz para a construção e manutenção de relacionamentos em RP?

- A)** Utilizar uma abordagem proativa, baseada em diálogo contínuo e transparente com os diferentes stakeholders, estabelecendo relações de confiança e reciprocidade entre a organização e seus públicos.
- B)** Priorizar a comunicação com o público consumidor, negligenciando o relacionamento com o público interno e outros stakeholders secundários.
- C)** Concentrar as estratégias de relacionamento apenas em momentos de crise, quando a reputação da organização está em risco.
- D)** Estabelecer uma comunicação unidirecional, onde a organização transmite suas mensagens sem necessidade de ouvir as opiniões ou preocupações dos públicos.
- E)** Focar apenas em manter relações formais e institucionais, sem necessidade de personalização ou adaptação às necessidades e expectativas dos diferentes públicos.

23. A comunicação integrada, institucional e mercadológica é um componente essencial das Relações Públicas modernas, que busca alinhar todas as mensagens e práticas comunicacionais de uma organização. Abaixo estão cinco

afirmativas relacionadas ao tema. Analise-as e indique se são verdadeiras (V) ou falsas (F).

- A comunicação integrada pressupõe que todas as mensagens de uma organização, seja em publicidade, relações públicas ou marketing, devem transmitir um discurso coerente, independentemente do público ou canal utilizado.
- A comunicação institucional tem como principal foco promover os produtos e serviços da empresa, enquanto a comunicação mercadológica se preocupa apenas com a imagem da organização junto a seus stakeholders.
- A comunicação mercadológica visa principalmente fortalecer a marca e aumentar as vendas, mas também deve alinhar suas práticas aos valores institucionais da organização para manter a consistência da imagem.
- Uma das funções da comunicação integrada é garantir que não haja duplicidade ou contradição entre as mensagens veiculadas em diferentes canais e setores, evitando ruídos que possam prejudicar a reputação da organização.
- A comunicação institucional deve ser direcionada apenas ao público interno da organização, enquanto a comunicação mercadológica é voltada exclusivamente ao público externo.

A sequência CORRETA é:

- A)** V - V - F - F - V.
- B)** F - V - F - F - V.
- C)** F - V - F - V - F.
- D)** V - F - V - F - V.
- E)** V - F - V - V - F.

24. A pesquisa é uma atividade fundamental para o planejamento estratégico de Relações Públicas, ajudando a identificar o público-alvo e a desenvolver ações eficazes. Qual das alternativas a seguir melhor descreve uma abordagem correta de pesquisa em RP?

- A)** Realizar pesquisas apenas após a execução da campanha para avaliar seu impacto retrospectivamente.
- B)** Conduzir a pesquisa em RP apenas junto ao público interno, já que o público externo é imprevisível e difícil de mensurar.
- C)** Conduzir pesquisas focadas exclusivamente em identificar as tendências de mercado, sem considerar as opiniões ou percepções dos públicos de interesse.
- D)** Utilizar pesquisa quantitativa e qualitativa no início do planejamento para identificar o perfil dos stakeholders e suas

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA - MPBA 2024 .2
PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO E GRADUAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

necessidades, além de acompanhar a percepção da organização ao longo do tempo.

E) Limitar a pesquisa às métricas digitais, como curtidas e compartilhamentos, para definir a efetividade das ações de RP.

25. O planejamento estratégico é um dos pilares das atividades de Relações Públicas, garantindo que as ações estejam alinhadas com os objetivos da organização. Qual das alternativas a seguir melhor descreve um processo eficaz de planejamento em RP?

A) Planejar as ações de RP apenas com base nas preferências pessoais dos executivos da organização, sem considerar as necessidades dos públicos de interesse.

B) Desenvolver um planejamento flexível, com base em pesquisa prévia, que permite ajustes ao longo da execução conforme novas informações e mudanças no ambiente externo.

C) Concentrar o planejamento em ações de curto prazo, sem necessidade de alinhamento com os objetivos institucionais de longo prazo.

D) Planejar as ações de RP com foco exclusivo no aumento de vendas, sem necessidade de considerar o impacto na imagem da organização.

E) Realizar o planejamento com base em suposições, sem a necessidade de dados concretos sobre o público-alvo.

26. A execução e a avaliação são etapas críticas no processo de Relações Públicas. Qual das alternativas a seguir melhor descreve a relação entre execução e avaliação de campanhas em RP?

A) A execução de uma campanha de RP deve ser rígida e imutável, seguindo o plano inicial sem qualquer adaptação durante sua implementação.

B) A avaliação deve ser feita apenas após o término da campanha, sem a necessidade de monitoramento durante a execução.

C) A execução de uma campanha deve ser monitorada constantemente, e a avaliação contínua dos resultados permite ajustes durante o processo para aumentar a eficácia das ações.

D) A avaliação dos resultados deve focar exclusivamente em métricas financeiras, como retorno sobre investimento (ROI), ignorando os impactos na imagem da organização.

E) A execução de uma campanha de RP deve ser feita de maneira isolada, sem interação com os outros departamentos da organização.

27. Abaixo estão duas colunas que abordam o papel do profissional de Relações Públicas em áreas-chave como comunicação integrada, criação publicitária, cultura organizacional, construção de relacionamentos e estratégia em RP. Relacione as colunas corretamente.

Coluna A - Conceitos e Áreas de Atuação

1 - Comunicação Integrada.

2 - Criação Publicitária.

3 - Cultura Organizacional.

4 - Construção de Relacionamentos.

5 - Estratégia em Relações Públicas.

Coluna B - Definições e Aplicações

() Processo de alinhar as mensagens e canais de comunicação da organização, garantindo coesão entre marketing, RP, comunicação interna e externa para manter uma imagem consistente.

() Forma de expressão criativa que reflete a identidade da marca e promove produtos ou serviços, devendo estar alinhada com os valores e a missão da organização.

() Conjunto de valores, crenças e comportamentos compartilhados dentro da organização que molda a forma como ela se comunica e se posiciona perante seus públicos.

() Prática contínua que envolve o diálogo transparente e a criação de confiança entre a organização e seus stakeholders, fortalecendo sua reputação e imagem pública.

() Planejamento de ações e decisões estratégicas de longo prazo, baseadas em pesquisa e análise, para alcançar os objetivos de comunicação da organização.

A sequência CORRETA é:

A) 1 - 2 - 3 - 4 - 5.

B) 5 - 4 - 3 - 2 - 1.

C) 2 - 3 - 1 - 4 - 5.

D) 3 - 4 - 5 - 1 - 2.

E) 4 - 2 - 1 - 5 - 3.

28. A comunicação integrada é essencial para garantir que todas as mensagens emitidas por uma organização sejam coerentes e alinhadas com seus objetivos estratégicos. Qual é

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

o papel do profissional de Relações Públicas na implementação da comunicação integrada?

A) Focar apenas na comunicação externa, deixando a comunicação interna para os departamentos de recursos humanos.

B) Delegar todas as atividades de comunicação para agências terceirizadas, sem a necessidade de supervisão direta.

C) Gerenciar unicamente as crises de imagem da organização, sem envolvimento no planejamento de comunicação institucional.

D) Coordenar as atividades de diferentes áreas da organização, como publicidade, marketing e comunicação interna, para garantir que todas as mensagens sejam alinhadas e consistentes com a imagem e os objetivos da organização.

E) Focar exclusivamente no desenvolvimento de campanhas publicitárias, deixando de lado a comunicação com os públicos internos.

A) O planejamento deve ser flexível e adaptável, baseado em pesquisa prévia e avaliação contínua, permitindo ajustes durante a execução das ações de comunicação.

B) O planejamento de comunicação deve ser fixo, sem espaço para ajustes durante a execução, para garantir que o cronograma e as metas sejam cumpridos conforme o estabelecido inicialmente.

C) O planejamento de comunicação deve focar exclusivamente em campanhas publicitárias, sem a necessidade de envolver a comunicação interna ou institucional.

D) O planejamento de comunicação deve ser realizado apenas no início do ano, sem a necessidade de revisões ou adaptações ao longo do período.

E) O planejamento deve ser centrado nas necessidades de marketing, sem considerar a imagem institucional ou as percepções dos públicos de interesse.

29. A pesquisa de opinião é uma ferramenta importante nas Relações Públicas para compreender as percepções dos públicos e ajustar estratégias de comunicação. Qual das alternativas a seguir melhor descreve a função da pesquisa de opinião no planejamento de ações de RP?

A) A pesquisa de opinião deve ser conduzida apenas após a implementação das campanhas, para avaliar o sucesso das ações.

B) A pesquisa de opinião é usada principalmente para identificar oportunidades de vendas, e não tem impacto direto na construção de estratégias de comunicação.

C) A pesquisa de opinião deve ser realizada antes, durante e após as campanhas, fornecendo dados contínuos para ajustar as ações de comunicação e garantir que elas estejam alinhadas às percepções e expectativas dos públicos.

D) As pesquisas de opinião devem ser restritas ao público interno da organização, já que são os colaboradores que determinam o sucesso de uma estratégia de comunicação.

E) A pesquisa de opinião é irrelevante para o planejamento de comunicação, pois as percepções do público raramente influenciam nas decisões estratégicas.

30. O planejamento de comunicação é uma etapa fundamental em Relações Públicas, garantindo que as ações estejam alinhadas com os objetivos organizacionais e as necessidades dos públicos. Qual das alternativas a seguir melhor descreve um processo adequado de planejamento de comunicação?