



**INSTITUTO FEDERAL DE  
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**  
RIO GRANDE DO SUL

# Concurso Público Federal

## Edital 09/2014

# PROVA

## Relações Públicas

Nome do candidato: \_\_\_\_\_ CPF: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

1º) Verifique se este caderno corresponde à sua opção de cargo e se contém 30 questões, numeradas de 1 a 30. Caso contrário, solicite ao fiscal da sala outro caderno. Não serão aceitas reclamações posteriores.

2º) A prova é composta por 30 (trinta) questões objetivas, de múltipla escolha, sendo apenas uma resposta a correta.

3º) O tempo de duração da prova é de 3 (três) horas.

4º) Não é permitida consulta a qualquer material, e os candidatos não poderão conversar entre si, nem manter contato de espécie alguma.

5º) Os telefones celulares e similares não podem ser manipulados e devem permanecer desligados durante o período em que o candidato se encontrar na sala, bem como os pertences não utilizados para a prova deverão estar embaixo da carteira, ficando automaticamente excluído o candidato que for surpreendido contrariando essas orientações.

6º) O candidato só poderá deixar a sala da prova após 1 (uma) hora do início da prova, exceto os três últimos candidatos, os quais só poderão deixar o local quando todos terminarem a prova.

7º) É proibido fazer anotação de informações relativas às suas respostas no comprovante de inscrição ou em qualquer outro meio, que não os permitidos, assim como recusar-se a entregar o material da prova ao término do tempo destinado para a sua realização.

8º) O candidato deverá preencher a caneta o Cartão de Respostas, escolhendo dentre as alternativas A, B, C, D e E, preenchendo totalmente a célula correspondente à alternativa escolhida, sendo desconsiderada a resposta se não for atendido o referido critério de preenchimento. Rasuras e a informação de mais de uma alternativa na mesma questão anulará a resposta, bem como o preenchimento a grafite. Responda a todas as questões. Os rascunhos não serão considerados em nenhuma hipótese.

9º) Não haverá substituição do Cartão de Respostas por erro do candidato.

10º) O candidato poderá levar consigo o caderno de provas após decorridas duas horas do início da prova. Não será oferecido outro momento para a retirada do mesmo.

11º) É proibida a divulgação ou impressão parcial ou total da presente prova. Direitos Reservados.

**1. A respeito da cultura organizacional, assinale a alternativa INCORRETA:**

- a) Os rituais, nas organizações, também orientam sobre o lugar que cada indivíduo ocupa na estrutura organizacional.
- b) Na cultura organizacional, os ritos de passagem, compreendem três importantes fases: a pré-liminar, a liminar e a pós-liminar.
- c) Cultura organizacional consiste em processo de construção e disputa de sentidos, e se traduz na forma como os públicos veem a organização.
- d) O estudo da cultura organizacional pressupõe a análise dos ritos, histórias e heróis organizacionais.
- e) A cultura organizacional, em perspectiva descritiva, compreende o conjunto de valores, crenças e padrões da organização.

**2. Assinale a alternativa CORRETA:**

- a) Cultura organizacional é, conforme Max Pagès, um sistema econômico-político-ideológico-psicológico de mediação e ocultação de contradições sociais e psicológicas.
- b) Margarida M. K. Kunsch desenvolveu a teoria que afirma que a cultura organizacional pode ser captada em três níveis: o nível dos artefatos visíveis; o nível dos valores que governam o comportamento das pessoas; e o nível dos pressupostos inconscientes.
- c) Cultura organizacional é, conforme Edgard H. Schein, o conjunto de pressupostos básicos que um grupo inventou, descobriu ou desenvolveu ao aprender a lidar com os problemas de adaptação externa e integração interna.
- d) Maria Tereza L. Fleury afirma que a cultura organizacional, resultante de longo processo de aprendizagem, é um conjunto de hipóteses fundamentalistas que estruturam a generalidade dos comportamentos da gestão da empresa.
- e) Conforme Maria Ester de Freitas, cultura organizacional é um conjunto de práticas sociais imaginárias em que a comunicação organizacional é empregada para informar os públicos sobre os valores da gestão do conhecimento.

**3. Assinale a alternativa INCORRETA, considerando as três perspectivas de cultura organizacional apresentadas por Joanne Martin:**

- a) Sob a perspectiva da integração, a organização é tida como um consenso, onde há harmonia e transparência de discursos e ações, sem ambiguidades.

- b) Nas culturas organizacionais que se caracterizam pela perspectiva da diferenciação, o consenso somente ocorre dentro dos limites das subculturas, que frequentemente entram em conflito umas com as outras.
- c) A perspectiva da fragmentação considera a existência de ambiguidades na vida organizacional de modo que não existe consenso subcultural ou organizacional.
- d) A perspectiva da diferenciação enfatiza a diferença de opiniões e visualiza o conflito de interesses dos grupos como um elemento essencial da cultura organizacional.
- e) A perspectiva da fragmentação coloca em foco as subculturas organizacionais, evidenciando que elas podem estar integradas, conflitantes e, às vezes, até mesmo indiferentes umas com as outras.

**4. Considerando as afirmativas I, II e III de acordo com as contribuições de Edgard H. Schein sobre cultura organizacional, qual(is) está(ão) CORRETA(S)?:**

- I. Os líderes criam culturas organizacionais quando criam grupos de organizações. Quando as culturas existem, elas determinam os critérios para a liderança e, assim, definem quem será ou não um líder.
- II. A liderança deve perceber os elementos disfuncionais da cultura organizacional, porém não deve tentar gerenciá-los para que a cultura evolua livremente.
- III. É função primordial da liderança perceber os elementos funcionais e disfuncionais da cultura organizacional existente e gerenciar a evolução e a mudança cultural, de tal modo que o grupo possa sobreviver em um ambiente mutante.

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

(SCHEIN, Edgard H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.)

**5. Assinale a alternativa INCORRETA:**

- a) A identidade organizacional é concebida no planejamento estratégico e não sofre alterações.
- b) A imagem da organização é permanentemente construída pelos públicos.
- c) Pelos processos de comunicação, a organização pode apresentar diferentes aspectos de sua identidade para os seus vários públicos.
- d) A identidade visual é apenas um dos aspectos da identidade organizacional.
- e) A identidade organizacional também é construída discursivamente pelos públicos.

**6. Considere as afirmativas I, II e III a respeito de imagem organizacional. Assinale a alternativa que contém a(s) afirmativa(s) CORRETA(S):**

- I. A imagem organizacional é tradução fiel da identidade da organização.
- II. Todas as relações que os públicos estabelecem com a organização podem interferir na imagem que constroem dela.
- III. A imagem pública de uma organização pode ser idealizada no âmbito organizacional, porém será construída pelos públicos.

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

**7. Classifique cada uma das afirmativas abaixo como verdadeira (V) ou falsa (F) e assinale a alternativa que apresenta a sequência CORRETA, de cima para baixo:**

- ( ) A imagem organizacional é um construto mental subjetivo sobre a organização (realidade objetiva).
- ( ) Imagem organizacional é uma representação visível sobre a organização.
- ( ) A imagem organizacional consiste naquilo que a organização efetivamente é.
- ( ) A imagem organizacional é resultado exclusivo das estratégias de comunicação organizacional executadas pelo relações-públicas.

- a) V, F, F, V.
- b) F, V, V, F.
- c) V, F, V, F.
- d) V, F, F, F.
- e) F, V, F, V.

**8. Qual das alternativas a seguir NÃO se refere à comunicação organizacional:**

- a) É o processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais.
- b) É a habilidade de impor a vontade da organização sobre os públicos e levá-los a agir segundo o que foi planejado.
- c) Consiste em toda a circulação de significação no âmbito organizacional.
- d) É um processo relacional, isto é, as relações sociais que se processam entre os interlocutores e os efeitos recíprocos das interações.
- e) Como processo dialógico, possibilita que os interlocutores se encontrem e interajam como portadores de diferentes compreensões de mundo.

**9. Em relação à comunicação organizacional, classifique as afirmativas abaixo como verdadeiras (V) ou falsas (F) e assinale a alternativa CORRETA, de cima para baixo:**

- ( ) Restringe-se aos processos de circulação de informações.
- ( ) É de responsabilidade exclusiva do profissional de comunicação, principalmente do relações-públicas.
- ( ) Compreende os processos de comunicação formal e informal no âmbito das organizações.
- ( ) Realiza-se em fluxos multidirecionais.
- a) F, F, V, V.
- b) V, F, V, F.
- c) V, F, V, V.
- d) F, F, F, V.
- e) F, V, F, F.

**10. Qual das afirmativas abaixo a respeito de comunicação organizacional está INCORRETA?**

- a) Na elaboração das estratégias de comunicação organizacional, são considerados o perfil dos públicos e o contexto da comunicação.
- b) Sob a perspectiva do modelo de interação dialógica, a comunicação organizacional promove interações entre organizações e públicos, trabalhando fluxos informacionais e relacionais, de modo a contribuir para a construção de sentido.
- c) Pelos processos de comunicação, os interlocutores interagem no ambiente organizacional de modo a gerar circulação simbólica e, com isso, reforçar a cultura organizacional existente ou transformá-la.
- d) A comunicação organizacional estratégica determina a imagem pública que os públicos terão da organização.
- e) A comunicação organizacional é fundamental para as organizações obterem visibilidade, darem-se a conhecer e a seus produtos (tangíveis e intangíveis), bem como para oferecerem imagens de si aos públicos

**11. A comunicação integrada, conforme Kunsch é uma filosofia que compreende a convergência das diversas áreas da organização de modo que a sua atuação seja sinérgica. Nesse sentido, a autora afirma que a comunicação integrada compreende quatro diferentes modalidades. Qual das alternativas abaixo NÃO corresponde a uma das modalidades propostas por Kunsch?**

- a) Comunicação institucional.
- b) Comunicação mercadológica.
- c) Comunicação interna.
- d) Comunicação administrativa.
- e) Comunicação empresarial.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**12. Qual das afirmativas abaixo sobre Comunicação Integrada está CORRETA?**

- a) A Comunicação Empresarial é empregada, fundamentalmente, com objetivos de constituição de imagem e de cultura empresarial fortes.

- b) A Comunicação Interna é empregada, fundamentalmente, com os objetivos de apresentar aos públicos os princípios organizacionais e seus produtos (tangíveis e intangíveis).
- c) A Comunicação Administrativa é empregada, fundamentalmente, para estabelecer relações com públicos prioritários de modo a viabilizar o bom andamento dos negócios da organização.
- d) A Comunicação Institucional é empregada, fundamentalmente, com os objetivos de construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização.
- e) A Comunicação Mercadológica é aquela que se processa, fundamentalmente, no âmbito das funções de gestão para viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes.

**13. Em relação às concepções de Kunsch, sobre Comunicação Integrada, assinale a alternativa CORRETA a respeito das afirmativas I, II e III:**

I. Apesar das diferenças e peculiaridades de cada área e respectivas subáreas, a comunicação integrada deve constituir uma unidade harmoniosa.

II. As ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas na eficácia são possibilitadas pela convergência de todas as atividades, com base numa política global e nos objetivos gerais da organização.

III. As estratégias de comunicação são fundamentadas nos objetivos das diferentes áreas e prescindem de convergência com os princípios e com os objetivos organizacionais.

- a) Apenas a I está correta.
- b) Apenas I e II estão corretas.
- c) Apenas I e III estão corretas.
- d) I, II e III estão corretas.
- e) Apenas II e III estão corretas.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**14. Qual das alternativas abaixo está INCORRETA? O planejamento estratégico de comunicação consiste em:**

- a) Modo de pensar sobre determinada situação ou realidade de comunicação e relacionamento.
- b) Processo racional-lógico que pressupõe, dentre outras coisas, estudos, questionamentos, diagnósticos, tomadas de decisão,

estabelecimento de objetivos, definição de estratégias e alocação de recursos.

- c) Processo privativo e independente, realizado pelo setor ou área de comunicação organizacional, marketing e/ou relações públicas.
- d) Processo complexo e abrangente, que exige filosofia e políticas definidas, e é direcionado pelos princípios gerais e específicos da organização.
- e) Processo inerente ao de gestão estratégica da organização.

**15. São dimensões ou características que, conforme Kunsch, devem estar presentes ou ser consideradas no planejamento estratégico de comunicação:**

- a) Abrangência; Integração; Processo; Satisfação; Temporalidade; Divulgação.
- b) Abrangência; Criatividade; Produto; Satisfação; Filosofia; Adaptação.
- c) Marketing; Criatividade; Produto; Filosofia; Identidade; Temporalidade.
- d) Abrangência; Integração; Processo; Filosofia; Temporalidade; Flexibilidade.
- e) Marketing; Integração; Satisfação; Processo; Adaptação; Flexibilidade.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**16. Com relação às etapas fundamentais que, de acordo com Kunsch, devem ser levadas em conta para fazer um plano estratégico de comunicação organizacional, classifique cada uma das afirmações abaixo como falsa (F) ou verdadeira (V) e assinale a alternativa que contém a sequência CORRETA, de cima para baixo:**

- ( ) Pesquisa e construção de diagnóstico estratégico da organização.
- ( ) Planejamento estratégico da comunicação organizacional.
- ( ) Gestão estratégica da comunicação organizacional.
- ( ) Identificação da missão, da visão e dos valores da organização.

- a) V, V, F, F.
- b) F, F, V, V.
- c) V, V, V, F.
- d) F, V, F, V.
- e) F, F, F, V.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**17. Conforme Kunsch, são fases da Gestão estratégica da comunicação organizacional, EXCETO:**

- a) Divulgação do plano.
- b) Controle das ações.
- c) Avaliação dos resultados.
- d) Implementação.
- e) Montagem do orçamento geral.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**18. Na fase de análise do ambiente externo para a formulação do plano estratégico de comunicação organizacional são considerados os fatores externos ou variáveis que podem interferir na vida da organização. Qual das alternativas a seguir NÃO é uma dessas variáveis?**

- a) Variáveis políticas.
- b) Variáveis filosóficas.
- c) Variáveis sociais.
- d) Variáveis culturais.
- e) Variáveis ecológicas.

**19. De acordo com Kunsch, pode-se pensar como funções essenciais para o planejamento e gestão de relações públicas as seguintes funções, EXCETO:**

- a) Função reflexiva.
- b) Função administrativa.
- c) Função estratégica.
- d) Função mediadora.
- e) Função política.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**20. De acordo com Roberto Porto Simões, a atividade de Relações Públicas, definida conceitualmente como a gestão da função política, engloba as seguintes operações:**

- a) Diagnóstico; Pesquisa; Assessoramento; Realização.
- b) Diagnóstico; Prognóstico; Assessoramento; Implementação.
- c) Pesquisa; Prognóstico; Consultoria; Implementação.
- d) Diagnóstico; Pesquisa; Consultoria; Avaliação.
- e) Pesquisa; Prognóstico; Consultoria; Avaliação.

(SIMÕES, Roberto P. Relações públicas e micropolítica. São Paulo: Summus, 2001)

**21. Na perspectiva de Cesca (1995), a pesquisa é considerada uma das atividades principais em Relações Públicas e tem como uma de suas atividades menores:**

- a) A análise de entrevistas com líderes de opinião.
- b) A elaboração de planos de campanhas e operações de relações públicas.
- c) A organização e direção de entrevistas coletivas.
- d) O gerenciamento de assuntos públicos.
- e) A manutenção de cadastro atualizado de líderes de opinião de interesse da organização.

(CESCA, Cleusa G. G. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1995.)

**22. Sobre as atividades e funções de Relações Públicas, classifique cada uma das afirmações abaixo como falsa (F) ou verdadeira (V) e assinale a alternativa que contém a sequência CORRETA, de cima para baixo:**

( ) O diagnóstico é a conclusão da análise de como se encontra a organização em face dos interesses de todos os seus públicos ou de um público em particular.

( ) O assessoramento implica dar pareceres sobre as políticas administrativas que venham a gerar a integração de interesses com os agentes de influência ou a evitar conflitos no processo decisório, caso existam alternativas.

( ) O prognóstico consiste na análise detalhada de todos os dados sobre os públicos de interesse da organização para definir seu perfil, os pontos fortes e os pontos fracos.

( ) A função organizacional política consiste na contribuição do conjunto de programas de ação para

a integração dos interesses comuns e específicos da organização com seus públicos, evitando o conflito e levando-os ao estágio de cooperação e, assim, à consecução da missão da organização.

- a) V, F, V, F.
- b) F, F, V, V.
- c) F, F, F, V.
- d) F, V, V, F.
- e) V, V, F, V.

**23. As afirmativas a seguir são sobre avaliação em relações públicas (Lopes; Grandi, 2009). Assinale a alternativa CORRETA a respeito das afirmativas I, II e III:**

- I. É o processo conduzido com o intuito de demonstrar os resultados obtidos por um programa, ou seja, demonstrar que os objetivos inicialmente propostos foram alcançados de fato.
- II. É a etapa do processo de planejamento que verifica o desempenho de um plano previamente estabelecido e que ocorre ao longo de sua implementação, em busca de possíveis ajustes.
- III. É a contribuição que um determinado setor ou programa traz à organização, seu retorno financeiro por meio da relação custo/benefício.

- a) Somente as afirmativas I e II estão corretas.
- b) Somente as afirmativas I e III estão corretas.
- c) Somente a afirmativas II está correta.
- d) Somente a afirmativa I está correta.
- e) Somente a afirmativa III está correta.

**24. De acordo com Cesca (2009), a comunicação dirigida:**

- a) Emprega meios de comunicação massivos para ampliar a abrangência.
- b) Emprega veículos aproximativos como, por exemplo, a carta comercial.
- c) Tem a mídia como principal público e por isso usa estratégias de assessoria de imprensa.
- d) Visa transmitir informações específicas para pessoas determinadas: os públicos.
- e) É específica para as organizações que atuam no setor privado, uma vez que as do setor público empregam a comunicação governamental e a comunicação pública.

(CESCA, Cleusa G. G. Avaliação, mensuração e valorização em relações públicas. In KUNSCH, Margarida M. K. **Relações públicas: história, teorias e estratégias** nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009, p 349 - 364.)

**25. Assinale a alternativa que apresenta uma categoria de veículos de comunicação dirigida que NÃO corresponde à classificação realizada por Andrade (1993):**

- a) Escritos.
- b) Oraís.
- c) Aproximativos.
- d) Auxiliares.
- e) Imagéticos.

(ANDRADE, Cândido T. de S. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1993)

**26. As afirmativas a seguir são sobre os eventos como estratégia de comunicação dirigida (Fortes e Silva, 2011). Assinale a alternativa CORRETA a respeito das afirmativas I, II e III:**

I. O evento é uma estratégia de comunicação que atinge o público de interesse, divulga a marca de uma organização, promove seus produtos, potencializa as vendas e contribui para a expansão comercial.

II. Para que o evento se caracterize como criativo e inovador é fundamental que tenha espaço para a improvisação no momento em que é realizado. A improvisação de última hora garante uma melhor adequação ao público que se faz presente no evento.

III. Os eventos servem para melhorar as relações com os públicos de interesse, adquirir informações sobre concorrentes, transmitir informações para os canais de distribuição, e, também, para criar ou fortalecer a imagem da organização.

- a) Somente as afirmativas I e III estão corretas.
- b) Somente as afirmativas I e II estão corretas.
- c) Somente as afirmativas II e III estão corretas.
- d) Somente a afirmativa I está correta.
- e) Somente a afirmativa II está correta.

(FORTES, Waldyr G.; SILVA, Mariângela B. R.. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.)

**27. Sobre Planejamento e Organização de Eventos, o estágio planejamento e organização, conforme Fortes e Silva (2011), compreende um conjunto de fases. A esse respeito, nas alternativas a seguir, defina o que é verdadeiro (V) e o que é falso (F):**

- ( ) Definição da tipologia do evento.
- ( ) Definição da programação e do formato do evento.
- ( ) Elaboração do relatório final do evento.
- ( ) Elaboração do *check-list*.

**A alternativa que contém a sequência de respostas CORRETAS, de cima para baixo, é:**

- a) V, V, V, F.
- b) V, V, F, V.
- c) F, V, F, V.
- d) F, F, V, F.
- e) F, F, V, V.

(FORTES, Waldyr G.; SILVA, Mariângela B. R.. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.)

**28. As afirmativas a seguir são sobre protocolo e cerimonial. Assinale a alternativa CORRETA a respeito das afirmativas I, II, III e IV.**

I. Cerimonial é o conjunto de formalidades regidas por lei, tradição e cultura, que devem ser observadas em qualquer evento, seja público, seja privado.

II. O serviço de cerimonial equivale à organização de eventos.

III. O cerimonial codifica as regras que regem o protocolo e cujo objetivo é dar a cada um dos participantes as prerrogativas, os privilégios e a imunidade a que têm direito.

IV. Protocolo é um conjunto de formalidades a seguir em um ato solene ou festa pública.

- a) Somente as afirmativas II, III e IV estão corretas.
- b) Somente as afirmativas II e III estão corretas.
- c) Somente a afirmativa I está correta.
- d) Somente as afirmativas III e IV estão corretas.
- e) Somente a afirmativa III está correta.

**29. Conforme Kunsch (2003), há três tipos de atividades principais que envolvem o planejamento, a organização e a execução dos eventos. Assinale a alternativa CORRETA em relação às afirmativas I, II, III e IV.**

I. A organização – que engloba todas as providências administrativas.

II. A produção de material informativo e de material promocional – fundamentais para divulgar o evento e atrair o público que se quer atingir.

III. A definição da programação – que compreende diferentes processos de comunicação com os públicos, sempre de acordo com a amplitude do evento.

IV. A definição do cronograma de ação e do *check-list* – sem os quais o evento não mantém sua dinâmica de realização.

- a) Somente as afirmativas I, II e III estão corretas.
- b) Somente as afirmativas III e IV estão corretas.
- c) Somente as afirmativas II, III e IV estão corretas.
- d) Somente as afirmativas I e II estão corretas.
- e) Somente a afirmativa I está correta.

(KUNSCH, Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003)

**30. De acordo com Fortes e Silva, são estágios fundamentais para o planejamento do evento:**

- a) Levantamento de informações; planejamento; divulgação; providências finais.
- b) Diagnóstico; organização; divulgação, realização e avaliação.
- c) Levantamento de informações; planejamento e organização; execução; avaliação e providências finais.
- d) Prognóstico; divulgação; implementação; avaliação.
- e) Diagnóstico; planejamento; divulgação; realização.

(FORTES, Waldyr G.; SILVA, Mariângela B. R.. **Eventos:** estratégias de planejamento e execução. São Paulo: Summus, 2011.)