

PROFISSIONAL BÁSICO COMUNICAÇÃO SOCIAL (1ª FASE)

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 01 - Você recebeu do fiscal o seguinte material:
a) este caderno, com o enunciado das 70 questões das Provas Objetivas, sem repetição ou falha, com a seguinte distribuição:

LÍNGUA PORTUGUESA II		LÍNGUA ESTRANGEIRA		CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS			
Questões	Pontos	Questões	Pontos	Questões	Pontos	Questões	Pontos
1 a 10	0,5	21 a 25	0,5	31 a 40	1,0	51 a 60	2,0
11 a 20	1,5	26 a 30	1,5	41 a 50	1,5	61 a 70	2,5

b) 1 **CARTÃO-RESPOSTA** destinado às respostas das questões objetivas formuladas nas provas.

- 02 - Verifique se este material está em ordem e se o seu nome e número de inscrição conferem com os que aparecem no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, notifique **IMEDIATAMENTE** o fiscal.
- 03 - Após a conferência, o candidato deverá assinar no espaço próprio do **CARTÃO-RESPOSTA**, preferivelmente a caneta esferográfica de tinta na cor preta.
- 04 - No **CARTÃO-RESPOSTA**, a marcação das letras correspondentes às respostas certas deve ser feita cobrindo a letra e preenchendo todo o espaço compreendido pelos círculos, a **caneta esferográfica de tinta na cor preta**, de forma contínua e densa. A LEITORA ÓTICA é sensível a marcas escuras; portanto, preencha os campos de marcação completamente, sem deixar claros.
- Exemplo: (A) ● (C) (D) (E)
- 05 - Tenha muito cuidado com o **CARTÃO-RESPOSTA**, para não o **DOBRAR, AMASSAR ou MANCHAR**. O **CARTÃO-RESPOSTA SOMENTE** poderá ser substituído caso esteja danificado em suas margens superior ou inferior - **BARRA DE RECONHECIMENTO PARA LEITURA ÓTICA**.
- 06 - Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas 5 alternativas classificadas com as letras (A), (B), (C), (D) e (E); só uma responde adequadamente ao quesito proposto. Você só deve assinalar **UMA RESPOSTA**: a marcação em mais de uma alternativa anula a questão, **MESMO QUE UMA DAS RESPOSTAS ESTEJA CORRETA**.
- 07 - As questões objetivas são identificadas pelo número que se situa acima de seu enunciado.
- 08 - **SERÁ ELIMINADO** do Processo Seletivo Público o candidato que:
a) se utilizar, durante a realização das provas, de máquinas e/ou relógios de calcular, bem como de rádios gravadores, *headphones*, telefones celulares ou fontes de consulta de qualquer espécie;
b) se ausentar da sala em que se realizam as provas levando consigo o Caderno de Questões e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**.
Obs: Por medida de segurança, o candidato só poderá retirar-se da sala após 60 (sessenta) minutos contados a partir do início das provas e só poderá levar o Caderno de Questões das Provas Objetivas faltando 30 (trinta) minutos ou menos para o término das mesmas.
- 09 - Reserve os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu **CARTÃO-RESPOSTA**. Os rascunhos e as marcações assinaladas no Caderno de Questões **NÃO SERÃO LEVADOS EM CONTA**.
- 10 - Quando terminar, entregue ao fiscal **O CADERNO DE QUESTÕES**, ressalvado o disposto na observação do item 08, o **CARTÃO-RESPOSTA** e **ASSINE A LISTA DE PRESENÇA**.
- 11 - **O TEMPO DISPONÍVEL PARA ESTAS PROVAS DE QUESTÕES OBJETIVAS É DE 4 (QUATRO) HORAS**.
- 12 - As questões e os gabaritos das Provas Objetivas serão divulgados, no primeiro dia útil após a realização das provas, nas páginas da **FUNDAÇÃO CESGRANRIO** (www.cesgranrio.org.br) e do **BNDES** (www.bndes.gov.br).

LÍNGUA PORTUGUESA II

O PESO DA PALAVRA E DO RELACIONAMENTO

Quem diz que vai para o escritório para trabalhar e não para fazer amigos está enganado. Ou melhor, estabelecer uma rede de relacionamentos, ser flexível, se adaptar rapidamente a uma nova situação, saber se
5 comunicar com a equipe ou colegas de trabalho, ter capacidade de negociação são características extras no atual mercado, que exige mais do que diploma. Não se trata de fazer amigos, mas de aprender o que se chama de linguagem corporativa. E este be-a-bá é feito de uma
10 mistura de palavras claras, ditas no momento e para a pessoa certa, somado a uma dose de carisma.

Não estou falando da política “mantenha um sorriso no rosto porque o cliente tem sempre razão”, mas, sim, tentando mostrar que a facilidade em se expressar ou
15 fazer relacionamentos tem peso tão importante quanto uma boa formação acadêmica. O que a intuição de muitos profissionais de recursos humanos já indicava foi comprovado num estudo finalizado no primeiro semestre deste ano pela ISMA-BR (International
20 Stress Management Association no Brasil), associação internacional que estuda o estresse e suas formas de prevenção.

De acordo com a pesquisa, feita entre 230 profissionais — gerentes de três grandes empresas nacionais —,
25 a eficiência na comunicação interpessoal funciona como um colete salva-vidas, atenuando os efeitos negativos das pressões e demandas nos níveis físico, emocional e comportamental. Para chegar a esta conclusão foram analisados três fatores: as pressões e as demandas no
30 trabalho, o nível de ansiedade (somática, comportamental e cognitiva) e o nível de tensão muscular e a satisfação profissional.

Conclui-se, então, que o gerenciamento do estresse passa pelo desenvolvimento pessoal, além de programas
35 efetivos de qualidade de vida no trabalho. Isso porque os custos do estresse não afetam apenas a saúde do trabalhador, mas, também, o bolso do empregador. Sabe-se que nos Estados Unidos o estresse profissional tem custo estimado em 300 bilhões de dólares ao ano e nos
40 países membros da União Europeia este valor gira em torno de 265 bilhões de euros — números relativos ao absenteísmo, rotatividade, lesões no trabalho e seguro saúde. Por aqui, ainda não foi feito o cálculo desta conta, mas acredita-se que temos valores similares ao
45 americano.

Então, que tal começar a exercitar a linguagem? Faz bem para você e para aqueles com quem se relaciona.

ROSSI, Ana Maria. Disponível em: <<http://www.catho.com.br>>
Acesso em: out. 2009. (com adaptações)

1

Assinale a passagem que, na linha argumentativa do texto, se caracteriza, semanticamente, como uma justificativa para o título.

- (A) “Quem diz que vai para o escritório para trabalhar e não para fazer amigos está enganado.” (l. 1-2)
- (B) “Não se trata de fazer amigos, mas de aprender o que se chama de linguagem corporativa.” (l. 7-9)
- (C) “‘mantenha um sorriso no rosto porque o cliente tem sempre razão’,” (l. 12-13)
- (D) “a eficiência na comunicação interpessoal funciona como um colete salva-vidas, atenuando os efeitos negativos das pressões e demandas nos níveis físico, emocional e comportamental.” (l. 25-28)
- (E) “...o gerenciamento do estresse passa pelo desenvolvimento pessoal, além de programas efetivos de qualidade de vida no trabalho.” (l. 33-35)

2

A expressão “Ou melhor”, que inicia o segundo período, introduz uma ideia que, em relação ao primeiro período, funciona, semanticamente, como uma

- (A) explicação.
- (B) exclusão.
- (C) negação.
- (D) adição.
- (E) inclusão.

3

No último período do primeiro parágrafo, a expressão “este be-a-bá” (l. 9) faz referência semântica a

- (A) “para trabalhar” (l. 1)
- (B) “atual mercado” (l. 7)
- (C) “diploma” (l. 7)
- (D) “fazer amigos” (l. 8)
- (E) “linguagem corporativa” (l. 9)

4

No terceiro parágrafo do texto, a argumentação a favor da “eficiência na comunicação interpessoal” fundamentou-se

- (A) no confronto de dados estatísticos e percentuais.
- (B) na análise de aspectos sobre o assunto.
- (C) na citação de um especialista na matéria em questão.
- (D) na relação de comparação e contraste.
- (E) numa definição e em exemplos comprobatórios.

5

Em “Quem diz que vai para o escritório para trabalhar e não para fazer amigos está enganado.” (l. 1-2), os valores semânticos das preposições **para** são, respectivamente,

- (A) aproximação, finalidade, finalidade.
- (B) aproximação, finalidade, aproximação.
- (C) aproximação, aproximação, finalidade.
- (D) finalidade, aproximação, finalidade.
- (E) finalidade, aproximação, aproximação.

6

Segundo o texto, o estudo que a empresa internacional referida no segundo parágrafo desenvolve é sobre

- (A) um tipo de distúrbio a que o indivíduo está sujeito e como evitá-lo.
- (B) a força da linguagem corporativa no êxito profissional.
- (C) a importância da facilidade de expressão individual para a capacitação profissional.
- (D) as características externas que interferem no atual mercado de trabalho.
- (E) as consequências dos fatores que interferem no desempenho profissional do indivíduo.

7

Conforme o estudo realizado pela ISMA-BR, conclui-se que a linguagem corporativa exerce sobre os efeitos causados pelo estresse uma ação

- (A) neutralizadora. (B) minimizadora.
- (C) preventiva. (D) reforçadora.
- (E) dissipadora.

8

Considere as afirmativas abaixo, referentes às ideias apresentadas no penúltimo parágrafo do texto.

- I – Na empresa, a administração do estresse vai além da preocupação com a saúde física do indivíduo.
- II – O custo gerado pelo estresse profissional nos Estados Unidos é menor do que o gerado nos países integrantes da União Europeia.
- III – No Brasil, o custo para as empresas, no que se refere ao estresse, é igual ao evidenciado nos Estados Unidos.

Está correto **APENAS** o que se afirma em

- (A) I. (B) III.
- (C) I e II. (D) I e III.
- (E) II e III.

9

Qual vocábulo se flexiona em número pela mesma justificativa que “salva-vidas” (ℓ. 26)?

- (A) Guarda-municipal. (B) Beija-flor.
- (C) Salário-mínimo. (D) Segunda-feira.
- (E) Navio-escola.

10

Reescrevendo-se a passagem “Para chegar a esta conclusão foram analisados três fatores:” (ℓ. 28-29) na voz ativa, o correto, segundo o registro culto e formal da língua, é:

- (A) para chegar a esta conclusão analisou-se três fatores.
- (B) para chegar a esta conclusão analisaram-se três fatores.
- (C) para chegar a esta conclusão analisaram três fatores.
- (D) eram analisados três fatores para chegar a esta conclusão.
- (E) foram sendo analisados três fatores para chegar a esta conclusão.

11

Os conectivos destacados abaixo pertencem todos à mesma classe de palavras, **EXCETO** um. Assinale-o.

- (A) “...**que** vai para o escritório...” (ℓ. 1)
- (B) “...**que** a facilidade em se expressar...” (ℓ. 14)
- (C) “...**que** estuda o estresse e suas formas de prevenção.” (ℓ. 21-22)
- (D) “...**que** nos Estados Unidos...” (ℓ. 38)
- (E) “...**que** temos valores similares...” (ℓ. 44)

12

É melhor começar a exercitar a linguagem, _____ o seu relacionamento pode acabar mal.

A pesquisa recentemente realizada pela empresa foi _____ do estresse emocional do trabalhador.

Expliquei-lhe as exigências do atual mercado _____ ele se adaptasse melhor.

A sequência que completa corretamente as frases acima é

- (A) se não – a cerca – a fim de que
- (B) se não – acerca – afim de que
- (C) se não – acerca – a fim de que
- (D) senão – acerca – a fim de que
- (E) senão – a cerca – afim de que

13

Assinale a opção que apresenta **ERRO** de concordância verbal, segundo o registro culto e formal da língua.

- (A) Necessita-se de novos programas de qualidade de vida.
- (B) A pressão, a ansiedade e a tensão muscular, tudo prejudicava a saúde do trabalhador.
- (C) Os Estados Unidos contrataram profissionais especializados em comunicação.
- (D) Já fazem três meses que ele se adaptou a uma nova realidade profissional.
- (E) Cada um dos profissionais do RH deve saber administrar o seu estresse.

14

O substantivo derivado do verbo está grafado **INCORRETAMENTE** em

- (A) ascender: ascensão. (B) proteger: proteção.
- (C) catequizar: catequeze. (D) progredir: progressão
- (E) paralisar: paralisia.

15

Assinale a opção em que a forma verbal destacada está grafada e flexionada corretamente.

- (A) Se a empresa **mantiver** o foco no seu planejamento, o sucesso ocorrerá.
- (B) O cliente teria sido mais bem atendido, se o gerente **intervis**se na negociação.
- (C) Durante a pesquisa, **houveram** vários obstáculos para coletar os dados.
- (D) Assim que **expor** o custo do projeto, poderemos analisá-lo melhor.
- (E) O empregador **requeriu** o documento que comprovasse a formação acadêmica do funcionário.

16

Assinale a frase em que se verifica uma transgressão ao registro culto e formal da língua no que se refere ao emprego do pronome relativo.

- (A) O resultado a que chegaram confirmou sua intuição.
- (B) Os colegas de trabalho com quem não simpatizava foram excluídos do processo.
- (C) Recebi o relatório de um gerente de cujo nome não me recordo.
- (D) São várias as reivindicações por que estão lutando os trabalhadores.
- (E) O funcionário o qual me referi não tem nenhuma dose de carisma.

17

Em “— gerentes de três grandes empresas nacionais—” (ℓ. 24), o uso dos travessões justifica-se, sintaticamente, por

- (A) separar o vocativo.
- (B) isolar o aposto.
- (C) caracterizar pausa mais forte.
- (D) indicar uma mudança de interlocutor.
- (E) separar o comentário do narrador.

18

Reescrevendo a oração “Isso porque os custos do estresse não afetam apenas a saúde do trabalhador,” (ℓ. 35-37), o sentido **NÃO** se altera em:

- (A) Porque a saúde do trabalhador é afetada não apenas por isso mas também pelos custos do estresse.
- (B) Isso porque os custos apenas do estresse não afetam a saúde do trabalhador.
- (C) Isso porque somente a saúde do trabalhador não é afetada pelos custos do estresse.
- (D) Isso porque apenas os custos do estresse não afetam a saúde do trabalhador.
- (E) Isso porque não somente a saúde do trabalhador é afetada pelos custos do estresse.

19

Assinale a opção em que a preposição destacada constitui caso de regência nominal.

- (A) “se adaptar rapidamente **a** uma nova situação,” (ℓ. 4)
- (B) “saber se comunicar **com** a equipe...” (ℓ. 4-5)
- (C) “ter capacidade **de** negociação são características extras...” (ℓ. 5-6)
- (D) “Para chegar **a** esta conclusão foram analisados três fatores:” (ℓ. 28-29)
- (E) “e para aqueles **com** quem se relaciona.” (ℓ. 47)

20

Em “Conclui-se, **então**, que o gerenciamento do estresse passa pelo desenvolvimento pessoal,” (ℓ. 33-34), o conectivo destacado **NÃO** pode ser substituído, sem alteração de sentido, por:

- (A) pois.
- (B) por conseguinte.
- (C) assim.
- (D) entretanto.
- (E) portanto.

LÍNGUA ESTRANGEIRA - INGLÊS

The difference between saying what you mean and meaning what you say is obvious to most people. To computers, however, it is trickier. Yet getting them to assess intelligently what people mean from what they say would be useful to companies seeking to identify unhappy customers and intelligence agencies seeking to identify dangerous individuals from comments they post online.

- Computers are often inept at understanding the meaning of a word because that meaning depends on the context in which the word is used. For example, “killing” is bad and “bacteria” are bad but “killing bacteria” is often good (unless, that is, someone is talking about the healthy bacteria present in live yogurt, in which case, it would be bad).

- An attempt to enable computers to assess the emotional meaning of text is being led by Stephen Pulman of the University of Oxford and Karo Moilanen, one of his doctoral students. It uses so-called “sentiment analysis” software to assess text. The pair have developed a classification system that analyses the grammatical structure of a piece of text and assigns emotional labels to the words it contains, by looking them up in a 57,000-word “sentiment lexicon” compiled by people. These labels can be positive, negative or neutral. Words such as “never”, “failed” and “prevent” are tagged as “changing” or “reversive” words because they reverse the sentiment of the word they precede.

- The analysis is then broken into steps that progressively take into account larger and larger grammatical chunks, updating the sentiment score of each entity as it goes. The grammatical rules determine the effect of one chunk of text on another. The simplest rule is that positive and negative sentiments both overwhelm neutral ones. More complex syntactic rules govern seemingly conflicting cases such as “holiday hell” or “abuse helpline” that make sense to people but can confuse computers.

- By applying and analysing emotional labels, the software can construct sentiment scores for the concepts mentioned in the text, as a combination of positive, negative and neutral results. For example, in the sentence, “The region’s largest economies were still mired in recession,” the parsing software finds four of the words in the sentiment lexicon: largest (positive, neutral or negative); economies (positive or neutral); mired (negative); and recession (negative). It then analyses the sentence structure, starting with “economies” and progressing to “largest economies”,

50 “region’s largest economies” and “the region’s largest economies”. At each stage, it computes the changing sentiment of the sentence. It then does the same for the second half of the sentence.

55 Instead of simply adding up the number of positive and negative mentions for each concept, the software applies a weighting to each one. For example, short pieces of text such as “region” are given less weight than longer ones such as “the region’s largest economies”. Once the parser has reassembled the
60 original text (“the region’s largest economies were still mired in recession”) it can correctly identify the sentence as having a mainly negative meaning with respect to the concept of “economies”.

65 As well as companies seeking to better understand their customer, intelligence agencies are also becoming interested in the sentiment analysis. But the software can only supplement human judgment – because people don’t always mean what they say.

Oct 6th 2009 from Economist.com
http://www.economist.com/sciencetechnology/tm/displayStory.cfm?story_id=14582575&source=hptextfeature

21

The best title for this text is

- (A) Killing Bacteria Can Be Bad.
- (B) The Wrong Emotional Response.
- (C) Software Reveals Emotions in Text.
- (D) Computerized Emotional Analysis Fails.
- (E) New Computer Software Frauds Text Analysis.

22

According to the text, the software developed by Pulman and Moilanen

- (A) should be widely tested before being commercially used.
- (B) is now able to precisely interpret what people mean from what they say.
- (C) might be considered risky if used to analyse dangerous individuals.
- (D) can classify all English words into grammatical categories.
- (E) can be particularly relevant for companies and intelligence agencies.

23

Which of the following statements is **NOT** true about how the software processes emotional analysis?

- (A) Words receive positive, negative or neutral labels.
- (B) Words with reversed sentiments are excluded.
- (C) The words are always seen in context.
- (D) The grammatical structure of each segment is analysed.
- (E) A list of nearly sixty thousand words is consulted.

24

“holiday hell” and “abuse helpline” (lines 36-37) are quoted in the text to illustrate cases in which the computers will

- (A) readily identify the clear meaning of such phrases.
- (B) easily deduce the writer’s primary negative feelings.
- (C) doubt people’s capacity of expressing their feelings intelligently.
- (D) have difficulty in understanding the writer’s original emotional meaning.
- (E) be able to immediately interpret the text’s underlying sarcastic intentions.

25

Check the option that contains a correct correspondence of meaning.

- (A) “...seeking...” (line 5) and ‘refusing’ have similar meanings.
- (B) “...inept...” (line 9) and ‘skillful’ express contrastive ideas.
- (C) “...assigns...” (line 22) could not be replaced by ‘attributes’.
- (D) “...tagged...” (line 26) and ‘labelled’ are antonymous.
- (E) “...reassembled...” (line 59) and ‘split up’ are synonymous.

26

Mark the alternative that contains an expression that is a correct replacement for the boldfaced item(s).

- (A) **Yet** getting them to assess intelligently what people mean from what they say...” (lines 3-5) – For that reason
- (B) “(**unless**, that is, someone is talking about the healthy bacteria ...)” (lines 13-14) – nevertheless
- (C) “Words **such as** ‘never’, ‘failed’, and ‘prevent’ are tagged as ‘changing’ or ‘reversive’ words...” (lines 25-27) – Inasmuch as
- (D) “...**because** they reverse the sentiment of the word they precede.” (lines 27-28) – Since
- (E) “**Instead of** simply adding up the number of positive and negative mentions for each concept,” (lines 54-55) – While

27

The only fragment in which ‘it’ refers to “software” is

- (A) “To computers, however, **it** is trickier.” (lines 2-3)
- (B) “**it** would be bad.” (line 15)
- (C) “**It** uses so-called ‘sentiment analysis’ software to assess text.” (lines 19-20)
- (D) “...assigns emotional labels to the words **it** contains,” (lines 22-23).
- (E) “At each stage, **it** computes the changing sentiment of the sentence.” (lines 51-52)

28

In the example given in paragraphs 5 and 6 (lines 39-63), the author explains that the

- (A) emotional meanings are attributed to words in isolation and not to the sentence structure.
- (B) emotional scores of each word may change according to the topic discussed in the text.
- (C) length of segments and emotional tags of each word are considered in scoring emotional concepts.
- (D) word 'recession' is not analyzed because it is hard to identify its emotional meaning.
- (E) mere arithmetic sum of the scores indicated for each word will reveal the emotional content of the text analysed.

29

Check the alternative in which the expression is precisely explained, according to its meaning in the text.

- (A) "...'killing' (...)'bacteria'..." (line 12) – bacteria that can kill
- (B) "...the emotional meaning of text..." (lines 16-17) – the meaning of a sentimental text
- (C) "...complex syntactic rules..." (line 35) – difficult language regulations
- (D) "...seemingly conflicting cases..." (line 36) – cases that are apparently doubtful
- (E) "...('the region's largest economies...') (line 60) – economies of highly populated regions

30

From the fragment "But the software can only supplement human judgement - because people don't always mean what they say." (lines 66-68), we may infer that the author

- (A) does not believe the software can be totally trusted.
- (B) complains that human judgement is never fair enough.
- (C) presupposes that computer sentiment analysis is fully reliable.
- (D) rejects human analysis of feelings and supports technological sentiment analysis.
- (E) criticizes companies that intend to use the new software to analyse potentially dangerous clients.

LÍNGUA ESTRANGEIRA - ESPANHOL

Texto I

Economía incomprensible

Por CLAUDIO SILVA / Ingeniero Agrónomo Cesante, U. de Chile.
Hijo y poblador de La Pintana

Mientras discuten acerca de los atributos masculinos del ministro Velasco (titular el día lunes), algunos nos hemos hecho muchas preguntas acerca del panorama económico del país, y de la labor de los economistas, ampliamente laureados, que manejan la macroeconomía nacional e internacional. Cuando me enseñaron economía, me mostraron una amplia jerga financiera, además de varias formas matemáticas y gráficas de complejo entendimiento. No obstante la alta

10 matemática usada, vemos sendas diferencias en las proyecciones económicas entre varios actores de la economía (economistas, empresas y consultoras), en donde las palabras "incertidumbre" y "volatilidad" se repiten con inquietante frecuencia.

15 El primer objetivo de IPoM (Informe de Política Monetaria) es "informar y explicar al Senado, al Gobierno y al público general la visión del Consejo del Banco Central sobre la evolución reciente y esperada de la inflación y sus consecuencias para la conducción de la

20 política monetaria". Sin embargo, es olvidado el público en general, el cual, de ver estos informes, queda intimidado con toda la jerga bancaria y la espectacular gráfica. En la presentación del IPoM al senado, al presidente del Banco Central se le preguntó: "¿qué le diría Ud. a la dueña

25 de casa o a la gente común?". Por supuesto la pregunta fue eludida con una elegante verborrea financiera y proyectista.

En lo personal, esto me lleva a pensar que la economía y la política monetaria, en todo el mundo, se

30 manejan a punta de corazonadas y de completar las líneas de los gráficos siguiendo tendencias y correlaciones, condimentadas con "noticias no previstas", algo poco esperado para gente con Ph.D. de la casas de estudio con mayor prestigio del mundo.

35 Situaciones como ésta hacen que la gente común no se interese en temas económicos, y se mantenga el "status quo" -y la casta dominante- en la economía y en la política.

Disponible en: <http://www.theclinic.cl/2009/05/27/economia-incomprensible/>

21

Marque la opción que representa un punto de vista **divergente** de la opinión del autor.

- (A) A menudo, los del área económica emplean términos como incertidumbre y volatilidad de manera inquietante.
- (B) A las tendencias del mercado y sus correlaciones se suman las noticias no previstas.
- (C) Muchos de los economistas que manejan la macroeconomía han recibido sus certificados de PhD en instituciones de alto prestigio.
- (D) La gente en general no alcanza el sentido de la jerga bancaria y la gráfica utilizadas.
- (E) El IPoM suele informar con exactitud al público general, acerca de la política monetaria.

22

En los renglones 9 y 20 los periodos empiezan por dos conectores lingüísticos respectivamente “no obstante” y “sin embargo”, que introducen a seguir una idea de

- (A) aclaración. (B) adversidad.
- (C) finalidad. (D) causa.
- (E) suposición.

23

Claudio Silva a veces se vale de la ironía de forma explícita, tal como en la opción que se presenta abajo, al referirse a

- (A) la discusión acerca de los atributos físicos del ministro Velasco.
- (B) la utilización excesiva de los términos incertidumbre y volatilidad.
- (C) la elegante verborrea financiera y proyectista.
- (D) el mantenimiento de la casta dominante en la economía y en la política.
- (E) los economistas laureados que manejan la macroeconomía nacional e internacional.

24

En las opciones abajo la única en que el articulista **NO** se incluye en el cuerpo del texto es

- (A) “Claudio Silva/Ingeniero Agrónomo Cesante,”
- (B) “algunos nos hemos hecho muchas preguntas...” (líneas 2 y 3)
- (C) “Cuando me enseñaron economía,” (líneas 6 y 7)
- (D) “me mostraron una amplia jerga financiera,” (líneas 7 y 8)
- (E) “En lo personal, esto me lleva a pensar. ...” (línea 28)

25

“... la economía y la política monetaria, en todo el mundo, se manejan **a punta de corazonadas** ...” (líneas 28 a 30)

Tomándose el texto como base, en el trozo anterior la expresión subrayada se acerca semánticamente al sentido presente en

- (A) certidumbres. (B) deseos inconfesables.
- (C) impulsos espontáneos (D) noticias previsibles.
- (E) estudios económicos.

Texto II

Del consumismo a la “economía de guerra” familiar

Los expertos creen que los hogares elevarán su tasa de ahorro durante años. El miedo al paro y el peso de la deuda condicionan las decisiones de gasto.

En apenas dos años, los hogares españoles han pasado del consumismo voraz y el endeudamiento sin complejos a una *economía de guerra*. Cada casa es un mundo y esta conclusión tendrá miles de excepciones, pero es lo que cuenta la lectura simplificadora de las estadísticas. Las familias ahorran ya, en conjunto, un 17,5% de su renta disponible, una cifra inédita desde hace más de 40 años. Los expertos señalan que este drástico cambio de prioridades tendrá consecuencias en la demanda y retrasará la recuperación. Pero, también, que era inevitable y que ha llegado para quedarse.

La facilidad para acceder al crédito, las buenas cifras de empleo y la percepción de que cada vez eran más ricos (al menos para los que eran propietarios de viviendas o acciones), incentivaron a los hogares a consumir más y pedir más préstamos hasta hace bien poco. El súbito endeudamiento de las familias españolas fue una de las señales más nítidas de que la burbuja se hinchaba. Como lo fue que la tasa de ahorro cayera hasta niveles mínimos en la historia moderna, cerca del 10%. La economía española se situó más cerca que nunca del modelo imperante en EE UU y Reino Unido, los paraísos del consumismo: mínimo ahorro familiar y deuda masiva.

Josep Oliver, catedrático de Economía de la Universidad Autónoma de Barcelona, recalca el peso de los factores psicológicos en la economía, mayor aún si cabe en las decisiones domésticas. “Hay una enorme inquietud, muy marcada por lo que ocurre en el mercado de trabajo y por el elevado grado de endeudamiento”, explica.

Con la tasa de paro apuntando al 20%, impera el miedo a perder el puesto de trabajo y, con ello, la principal fuente de ingresos. La losa de afrontar el pago de una cuota hipotecaria cada mes, es otro incentivo a reservar cada euro. Es lo que los economistas han bautizado como el ahorro por motivo de precaución.

¿Está siendo demasiado rápido el ajuste? Laborda y Oliver, dos de los principales estudiosos del tema en España, coinciden en que el repunte ha superado sus expectativas. Pero no creen que sea negativo. “Quizá el consumo tarde algo más en volver a crecer, pero es un proceso inevitable, los mercados internacionales no nos van a permitir el grado de endeudamiento de esta última década prodigiosa”, señala Oliver, que anticipa una tasa

45 de ahorro alta durante varios años más, más cercana a lo que es habitual en Alemania, Francia o Italia. “La destrucción de empleo empieza a ser menor, los hogares pueden volver a consumir pronto, es una cuestión de confianza”, opina Laborda, quien cree que la forma en la
50 que el Gobierno ha comunicado la subida de impuestos no ayuda.

“Los ajustes que serán necesarios para devolver al sector privado a niveles de endeudamiento razonables son todavía enormes”, avisa Giada Giani, analista de Citigroup,
55 en un reciente informe sobre la evolución del ahorro familiar español. La deuda acumulada por los hogares apenas acaba de empezar a caer (ver gráfico recién publicado). Y, dada su naturaleza (en su mayoría préstamos hipotecarios a largo plazo), el descenso será
60 muy gradual. Con el crédito escaso en todo el mundo, eso se traducirá en más ahorro, aumentos del consumo muy tibios y un crecimiento con el freno de mano echado.

Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/economia/consumismo/economia/guerra/familiar/elpepueco/20091011elpepueco_2/Tes

26

Señale la asertiva correcta según el texto.

- (A) Josep Oliver atribuye a los factores psicológicos domésticos el origen de la crisis en España.
- (B) La gente no se asusta con el paro, ya que consigue mantener más de una fuente de ingreso.
- (C) La burbuja se hinchó exclusivamente en España con la subida de la tasa de ahorro a los más altos niveles.
- (D) Las facilidades encontradas por los ricos propietarios estimularon los hogares al consumo y a las deudas excesivas.
- (E) No se puede afirmar que la crisis tuvo como modelo los países anglófonos – EEUU y Reino Unido.

27

Las opiniones de los economistas que se vuelcan hacia el endeudamiento y el ahorro se apoyan a menudo en argumentos distintos. Marque la alternativa en la cual **NO** se presenta un aspecto dubitativo.

- (A) “¿Está siendo demasiado rápido el ajuste?” (línea 37)
- (B) “... no creen que sea negativo.” (línea 40)
- (C) “¿Quizá el consumo tarde algo más en volver a crecer,” (líneas 40 y 41)
- (D) “los hogares pueden volver a consumir pronto, es una cuestión de confianza,” (líneas 47 a 49)
- (E) “La deuda acumulada por los hogares apenas acaba de empezar a caer (ver gráfico recién publicado).” (líneas 56 y 58)

28

En el 4º párrafo el pronombre **ello** se refiere a

- (A) la afirmación precedente
- (B) los vocablos siguientes
- (C) el paro
- (D) el miedo
- (E) el puesto de trabajo

29

“(1)El súbito endeudamiento de las familias españolas fue una de las señales más nítidas de que la burbuja se hinchaba. (2)Como lo fue que la tasa de ahorro cayera hasta niveles mínimos en la historia moderna, cerca del 10%. (3)La economía española se situó más cerca que nunca del modelo imperante en EE UU y Reino Unido, los paraísos del consumismo: mínimo ahorro familiar y deuda masiva.”

El fragmento anterior está formado por tres partes, acerca de las cuales se puede decir que

- (A) aunque los tres fragmentos formen parte del mismo párrafo, se tratan de informaciones contradictorias.
- (B) la primera y tercera hablan específicamente de la economía española, al paso que la segunda no.
- (C) la primera y la segunda son ejemplos de una determinada situación y la tercera una comparación.
- (D) la segunda es a la vez consecuencia de la primera y causa de la tercera.
- (E) las dos primeras se oponen y la tercera se presenta como posible alternativa de solución.

Texto III

24.1.08 TEMA: LLEGA LA CRISIS

Guión: FARO Dibujo: C. DA COL



Disponible en: <http://elequilibriumperfecto.files.wordpress.com/2009/03/080124pobrescrisis.jpg>

30

Enlazando los tres textos se puede llegar a la conclusión que

- (A) el primero y el último tienen marcas de una visión crítica bastante explícita respecto a la economía.
- (B) el primero se refiere a los expertos de la economía mientras los dos últimos están en contra las personas comunes.
- (C) los dos primeros se dirigen hacia personas preocupadas con la economía, mientras el tercero tiene como único objetivo entretener al lector.
- (D) solo el primero presenta un posicionamiento explícito por parte del autor relación al tema de la economía.
- (E) una vez que los dos primeros textos son noticias, las informaciones se presentan de forma neutral.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31

Na década de 60 do século XX, o entendimento que existia sobre inovações na área da comunicação girava em torno do que era comunicado por certos canais, em um tempo determinado, entre membros de um sistema social. Algumas décadas depois, principalmente após o advento dos sistemas tecnológicos complexos de comunicação, esse entendimento se deslocou para a

- (A) convergência, processo no qual os participantes criam e partilham a informação para alcançar uma compreensão mútua.
- (B) dispersão, artifício no qual a informação é criada e transmitida com o objetivo de que cada participante tenha uma mensagem única.
- (C) objetividade, metodologia na qual toda a informação é transmitida de forma concisa para que todos possam ter a mesma compreensão.
- (D) transformação, demanda na qual a informação é constantemente codificada com o objetivo de gerar interpretações diferentes.
- (E) transparência, ação que permite que a informação chegue a todos os participantes de maneira uniforme e sem ruídos.

32

Analise a definição a seguir.

Conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos, compreendendo-o, sobretudo, pela sua racionalidade econômica.

A partir dessa definição, considera-se o consumo também como um(a)

- (A) dos elementos da deterioração da sociedade pós-moderna.
- (B) momento do ciclo de produção e reprodução social.
- (C) compulsão irracional geradora de gastos inúteis.
- (D) maneira de as grandes corporações explorarem os indivíduos.
- (E) parte irreversível do progresso humano.

33

A corrente de pensamento conhecida como *Cultural Studies* combina diversos campos de conhecimento para estudar fenômenos culturais na sociedade. Para seus seguidores,

- (A) apenas o emissor deve ser levado em consideração na construção do sentido das mensagens, com destaque na forma dessas mensagens.
- (B) é reconhecido um papel ativo do receptor na construção do sentido das mensagens, com acentuada importância do contexto na recepção.
- (C) o papel do receptor é o mais importante no processo de construção do sentido das mensagens, já que é ele quem recebe as mensagens.
- (D) o único ponto de destaque na construção do sentido das mensagens é o veículo, por sua importância na transmissão das mensagens.
- (E) tanto o emissor quanto o veículo são importantes no processo de construção do sentido das mensagens, já que ambos trocam informações em relação às mensagens.

34

Foco nas instâncias de comunicação como lugar de produção da mensagem, ou seja, de geração e circulação de sentido, de construção de campos de significação.

A descrição acima está associada ao conceito de

- (A) cultura, por utilizar a ideia de teia de significados.
- (B) discurso, pois enfatiza a polifonia do mundo contemporâneo.
- (C) semiose, por entender que a comunicação é dialógica.
- (D) signo, por combinar uma ideia com uma elocução.
- (E) sistema, pois diz respeito à integração de mensagens distintas e independentes.

35

Veículos jornalísticos que colocam os interesses de governantes ou de anunciantes acima do dever de transmitir toda informação que seja de interesse público estão deixando de lado sua (seu)

- (A) autonomia opinativa.
- (B) consciência de classe.
- (C) independência editorial.
- (D) pensamento jornalístico.
- (E) ponto de vista original.

36

“Para ter uma vida saudável, é fundamental ...

A opção que complementa a frase acima e que **NÃO** apresenta um erro de paralelismo é

- (A) ... alimentação regrada, dando atenção ao organismo e ir ao médico regularmente.”
- (B) ... comer direito, fazer esportes e tendo cuidado com o colesterol.”
- (C) ... fazer atividades físicas, cuidados com a saúde e estar em dia com os exames.”
- (D) ... muito exercício, ter cuidado com a alimentação e tomar vitaminas.”
- (E) ... praticar esportes, alimentar-se corretamente e não deixar de ir ao médico.”

37

Um jornalista avaliou se seria mais adequado escrever que uma pessoa “já leu 200 livros” ou “diz ter lido 200 livros”. Em um texto jornalístico, a diferença entre usar uma forma ou outra

- (A) demonstra cuidado com a precisão numérica.
- (B) indica uma dúvida na apuração.
- (C) representa uma diferença de registro.
- (D) se resume a uma questão de estilo.
- (E) sugere dúvida sobre a informação.

38

Ao conduzir uma entrevista, o repórter deve procurar

- (A) controlar o entrevistado para que se fixe no que foi combinado.
- (B) dirigir a cena de forma que o entrevistado fale à vontade.
- (C) alertar o entrevistado quando suas respostas forem desinteressantes.
- (D) obedecer à linha de raciocínio sugerida pelo entrevistado.
- (E) seguir fielmente as orientações da pauta, evitando os improvisos.

39

Sobre reportagem assistida por computador, ou RAC, analise as informações a seguir.

- I – RAC é uma forma de trabalho que se aplica estritamente às áreas científica, econômica e esportiva.
- II – Trata-se de um recurso destinado a qualquer área da atividade humana.
- III – Diz respeito a um modo de produzir reportagens a partir de base de dados, demandando conhecimento sobre como acessar e como interpretar esse tipo de informação.

É(São) correta(s) a(s) afirmação(ões)

- (A) I, apenas.
- (B) II, apenas.
- (C) III, apenas.
- (D) II e III, apenas.
- (E) I, II e III.

40

Jorge é assessor de imprensa e reconhece que há problemas para o bom exercício de sua atividade, dentre os quais **NÃO** se inclui a

- (A) crença de que basta ter assessoria para obter resultados imediatos.
- (B) existência de dirigentes de instituições com ideias preconcebidas.
- (C) estrutura hierárquica de produção existente nas redações jornalísticas.
- (D) falta de compreensão da instuição acerca de critérios noticiosos.
- (E) ocorrência de fontes que pretendem desprezar ou ignorar a imprensa.

41

Uma empresa do mercado financeiro contratou os serviços de uma assessoria de imprensa. O profissional encarregado esclareceu à direção da empresa as funções do serviço, dentre as quais **NÃO** deve constar a

- (A) leitura de jornais para antecipar tendências que afetem a empresa.
- (B) elaboração de produtos jornalísticos e publicitários para divulgação da empresa.
- (C) cobertura jornalística de eventos relacionados à empresa.
- (D) manutenção de um relacionamento proativo e reativo com a imprensa.
- (E) organização de encontros entre dirigentes da empresa e representantes da mídia.

42

Um *brunch* que reúna um dirigente de uma empresa e um grupo de jornalistas pode servir como alternativa à entrevista

- (A) coletiva.
- (B) oficial.
- (C) exclusiva.
- (D) improvisada.
- (E) de divulgação.

43

Transformar ocorrências institucionais em acontecimentos públicos é o que fazem as empresas ao produzir notícias para a imprensa. Essa divulgação das instituições na mídia tem um caráter

- (A) artificial e metódico.
- (B) calculado e embasado.
- (C) espontâneo e automático.
- (D) intencional e negociado.
- (E) proposital e diversificado.

44

“O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida. Revelada em um concurso na Bahia, o show terá ainda a participação do marido dela, o músico Alfredinho.”

O trecho acima contém um erro muito comum em textos sem revisão. Como o trecho deverá ser redigido após a revisão e a correção?

- (A) “O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida. Revelação em um concurso baiano, o show terá ainda a participação do marido dela, o músico Alfredinho.”
- (B) “O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida, revelada em um concurso na Bahia, o show terá ainda a participação de seu marido, o músico Alfredinho.”
- (C) “O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida. Revelado por um um concurso na Bahia, o show terá ainda a participação do marido dela, o músico Alfredinho.”
- (D) “O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida, revelada em um concurso na Bahia. O show terá ainda a participação do marido dela, o músico Alfredinho.”
- (E) “O evento contará com uma apresentação da cantora Margarida. Revelada em um concurso na Bahia, o show terá ainda a participação do músico Alfredinho, marido da cantora.”

45

A refilagem é uma etapa do processo de impressão que está ligada à(ao)

- (A) paginação.
- (B) ilustração.
- (C) diagramação.
- (D) acabamento.
- (E) ajuste de cor.

46

A entrelinha é um dos elementos que estão previstos em um projeto gráfico de uma publicação. Ela se refere ao espaço entre

- (A) colunas.
- (B) letras.
- (C) linhas.
- (D) palavras.
- (E) parágrafos.

47

Um dos problemas de impressão mais comuns é o *moiré*, que é um defeito criado pela

- (A) desuniformidade ou manchas na aparência, causadas pela incapacidade da tinta de formar uma película uniforme e lisa.
- (B) dupla impressão de cada ponto, que dá à imagem impressa aparência mais pesada ou mais cheia do que deveria.
- (C) invasão de tintas nos meios-tons e nas letras em negativo, especialmente quando se imprime em papel *couché*.
- (D) mistura de retículas que ocorre quando se utilizam duas ou mais retículas e quando elas são sobrepostas.
- (E) mudança abrupta na retirada dos rolos, podendo ocorrer quando se imprime junto a uma margem.

48

O conceito de *gatekeeping* surgiu de estudos sobre os quais notícias são publicadas. Esse conceito vem a ser explicado por meio da palavra

- (A) associação. (B) censura.
(C) filtragem. (D) ordenação.
(E) pesquisa.

49

O processo de impressão *offset* garante boa qualidade para médias e grandes tiragens, sendo possível imprimir em praticamente qualquer tipo de papel e em alguns tipos de plástico. Originário da litografia, sua impressão é

- (A) direta e eletrográfica.
(B) direta e relevográfica.
(C) indireta e encavográfica.
(D) indireta e permeográfica.
(E) indireta e planográfica.

50

Layouts, ao serem impressos em gráficas, devem estar no padrão

- (A) CMYK. (B) Duotone.
(C) Grayscale. (D) Pantone.
(E) RGB.

51

Ao enviar um *layout* para a gráfica, algumas indicações devem ser feitas para orientar a impressão correta da peça. Uma dessas indicações é chamada de marca de corte, que tem por função

- (A) assinalar o espaço para o logotipo.
(B) delimitar o número de cores do *layout*.
(C) demarcar a área final do *layout*.
(D) inserir a imagem do *layout*.
(E) separar a área do texto e da imagem.

52

A propaganda pode ser dividida de acordo com a sua natureza. Uma das suas divisões é a propaganda corporativa, que tem, dentre seus propósitos específicos, o objetivo de

- (A) elevar as vendas internas e externas, desenvolver estabilidade financeira e aumentar a prática de determinadas ações sociais.
(B) divulgar e informar ao público as políticas e normas da empresa, criar uma opinião favorável e desenvolver uma imagem confiável para os investidores.
(C) divulgar os lançamentos da empresa, convocar funcionários da organização para eventos e captar novos fornecedores para os produtos recém-lançados.
(D) levar o consumidor à compra, prestar contas aos acionistas da empresa e alcançar novos mercados para os lançamentos da organização.
(E) otimizar e reduzir os custos dos produtos, associar outros produtos à empresa e demonstrar a qualidade dos produtos por meio de certificações públicas.

53

As oportunidades de *marketing* são uma área de necessidade e interesse do comprador, na qual existe uma grande probabilidade de a empresa atuar de forma lucrativa, satisfazendo essa necessidade. Algumas situações, nas quais uma empresa pode se basear para ter ideias sobre novas oportunidades, são geradas quando ocorrem situações como:

- (A) oferta inexistente de produto ou serviço; relançamento de produto ou serviço; oferta de um produto ou serviço em várias praças.
(B) oferta de uma combinação de produtos; melhor distribuição de um produto; diminuição do preço de um produto ou serviço.
(C) oferta diversificada de produtos; integração entre marcas concorrentes de um mesmo serviço; oferta de um serviço de melhor qualidade.
(D) muita oferta de um serviço; oferta de um produto ou serviço em quantidade maior do que a dos concorrentes; oferta de mais variedades de um produto.
(E) pouca oferta de algum produto; oferta de produto ou serviço já existente, de maneira nova ou superior às demais; oferta de um novo produto ou serviço.

54

As relações públicas dizem respeito, essencialmente, à responsabilidade social dos indivíduos e das organizações, sendo sua atividade principal ajustar as ações e iniciativas individuais ou institucionais às tendências culturais, econômicas e políticas, com a finalidade de atender ao interesse público. Assim, por sua natureza, as atividades de relações públicas entrelaçam três campos do conhecimento, que são

	Filosofia da(o)	Função	Técnica de
(A)	administração	administrativa	comunicação
(B)	comunicação	comunicacional	<i>marketing</i>
(C)	economia	econômica	redação
(D)	publicidade	publicitária	logística
(E)	<i>marketing</i>	mercadológica	sociologia

55

O anúncio constitui o canal de publicidade por excelência, estabelecendo uma ligação direta entre a oferta e a procura, tanto em jornais quanto em revistas. Em relação a esses dois veículos, existe uma diferença substancial na publicação de anúncios, que consiste no fato de a(o)

- (A) distribuição dos jornais ser mais eficaz do que a das revistas.
(B) duração dos jornais ser maior do que a das revistas.
(C) exibição de fotos em jornais ser mais bem distribuída do que em revistas.
(D) formato dos jornais ser mais bem aproveitado do que o das revistas.
(E) público dos jornais ser mais generalizado do que o de revistas.

56

O processo de formação da identidade de uma empresa é resultado de diversos fatores, tais como:

- (A) divulgação de seus produtos e resultados em todos os meios de comunicação; utilização das redes sociais para se aproximar de seu público-alvo e direcionamento de altas verbas para a propaganda.
- (B) elaboração de um canal de comunicação com os clientes e fornecedores; treinamento rígido dos funcionários e utilização de matérias-primas ecologicamente sustentáveis.
- (C) utilização de meios alternativos para divulgação da filosofia da empresa; resposta rápida em momentos de crise institucional e grande investimento de recursos em aperfeiçoamento tecnológico.
- (D) efeito cumulativo da comunicação feita sobre seus produtos e serviços; soma dos efeitos da comunicação espontânea e esforços de propaganda para conferir uma identidade própria para a instituição.
- (E) lançamento de novos produtos e serviços antes de seus concorrentes; número de vezes em que a empresa aparece na mídia televisiva e distribuição correta e abrangente de seus produtos e serviços.

57

Em relação ao efeito que causa no público consumidor, o que diferencia o *outdoor* do anúncio é:

- (A) visibilidade, distância e sintaxe visual.
- (B) intensidade, forma e criação visual.
- (C) tiragem, distribuição e preço unitário.
- (D) complexidade, forma e sintaxe visual.
- (E) título, texto e legenda das fotos.

58

Entre as principais questões enfrentadas pelas empresas na definição de estratégias e táticas de *marketing* pode-se citar:

- (A) aumento dos profissionais no mercado de preços altos.
- (B) aumento dos custos de vendas e de promoção e *category killers*.
- (C) aumento dos ataques aos nichos e diminuição de matérias-primas.
- (D) aumento de concorrência entre produtos similares e *target*.
- (E) diminuição de clientes diretos e *budget* cada vez mais alto.

59

Se uma empresa opta por uma estratégia de *skimming* ao lançar um produto novo no mercado, ela pretende

- (A) investir altas somas em campanhas de propaganda institucional.
- (B) atingir o segmento da população disposto a pagar mais caro.
- (C) conquistar um grande número de pessoas, rápida e efetivamente.
- (D) desnatar o mercado com ênfase em ofertas agressivas de desconto.
- (E) criar uma percepção favorável com uso de mensagens subliminares.

60

É aconselhável publicar anúncios em *house-organs*, com mensagens voltadas para a venda de produtos e serviços aos funcionários.

PORQUE

As empresas precisam de apoio publicitário externo para financiar seus projetos de comunicação interna.

A esse respeito, conclui-se que

- (A) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda justifica a primeira.
- (B) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda não justifica a primeira.
- (C) a primeira afirmação é verdadeira e a segunda é falsa.
- (D) a primeira afirmação é falsa e a segunda é verdadeira.
- (E) as duas afirmações são falsas.

61

Os diretores de uma fábrica de utensílios domésticos de plástico solicitam um financiamento ao BNDES com o objetivo de aproveitar a capacidade que a empresa tem para trabalhar esse material na produção de brinquedos. Nesse caso, eles estão promovendo uma diversificação

- (A) concêntrica. (B) conglomerada.
- (C) horizontal. (D) congruente.
- (E) vertical.

62

Existem diversos tipos de estratégias de *marketing*. A mais agressiva delas é denominada *marketing* de criação de necessidades, que ocorre quando uma empresa

- (A) adota empenhado esforço em vendas e propaganda para aumentar sua lucratividade.
- (B) cria novos desejos nos consumidores por intermédio da propaganda.
- (C) detecta uma necessidade latente e desenvolve produtos para satisfazê-la.
- (D) lança um produto jamais solicitado ou imaginado por quem quer que seja.
- (E) pesquisa e desenvolve produtos em função de carências em nichos de mercado.

63

Os exemplos a seguir relacionam cinco empresas que atuam na capital de um estado brasileiro e seus respectivos produtos ou serviços. A única que atende a uma célula de mercado é a

- (A) Cristal – bebida energética para jovens universitários, amantes do esporte.
- (B) Delicatte – rede de lojas de vestuário para senhoras acima dos 59 anos.
- (C) Ellegance – ternos de linho para executivos e profissionais liberais.
- (D) Hot Square – pizzarias em que as receitas são combinadas pelos clientes.
- (E) Nutrilev – dietas para pessoas recém-operadas devido à obesidade mórbida.

64

O planejamento estratégico é um instrumento que permite à direção da empresa acompanhar os fatores externos que atuam sobre ela, como, por exemplo, as mudanças tecnológicas. Quanto a esse aspecto, a liderança na categoria será alcançada pelas empresas que

- (A) aprendem a inovar com êxito e continuamente.
- (B) copiam novas tecnologias com rapidez e custo menores.
- (C) monitoram os lançamentos de produtos e serviços inovadores.
- (D) investem em pesquisa de mercado para prever as inovações.
- (E) estudam frequentemente o comportamento do consumidor.

65

Em suas ações de *marketing* cultural, o BNDES se baseia em uma política de patrocínio a eventos e publicações, que está alinhada à missão de promover o desenvolvimento socioeconômico do país. Nesse sentido, o Banco apoia a edição de publicações e a realização de eventos de caráter coletivo e de curta duração – como festivais, congressos, feiras e seminários – que possam

- (A) atender as premissas da lucratividade dos projetos, do interesse público e das necessidades da população.
- (B) contribuir para inovação tecnológica e gerencial, com o intuito de desenvolver a economia do país.
- (C) gerar benefícios significativos para a sociedade brasileira e contribuir para reforçar positivamente a imagem do banco.
- (D) preservar o meio ambiente e ampliar a discussão sobre desenvolvimento sustentável nas regiões em que atua.
- (E) trazer lucratividade comprovada a seus organizadores, garantindo o retorno dos projetos financiados.

66

O processo inflacionário no Brasil, em particular as suas causas, foi objeto de intenso debate entre os cientistas sociais do país, formando-se “escolas”, isto é, grupos com análises e opiniões similares. Assim, uma causa primária da inflação, segundo os

- (A) monetaristas, são as espirais inflacionárias de aumentos de preços e de custos.
- (B) monetaristas, são os gargalos provocados pelas restrições de balanço de pagamentos.
- (C) marxistas, é a deficiência de oferta agregada decorrente do excesso de regulação.
- (D) estruturalistas, é a luta entre os grupos sociais pela redistribuição da renda real.
- (E) estruturalistas, é o *deficit* do setor público financiado com emissão monetária.

67

No estudo da formação dos preços das mercadorias, uma classificação importante é a de produtos elásticos a preços e de produtos inelásticos a preços. A respeito desses produtos, afirma-se que os

- (A) dois tipos têm seus preços ligeiramente maiores ou iguais aos custos de produção.
- (B) elásticos não padronizados têm preços com um *mark-up* reduzido em relação aos custos de produção.
- (C) elásticos podem ter sua produção aumentada com facilidade, na medida em que o consumo cresce.
- (D) inelásticos são produtos de luxo para consumo da classe de renda alta.
- (E) inelásticos podem ter sua produção rapidamente aumentada, para atender a demanda.

68

Os economistas da vertente ou escola neoliberal acreditam que certas características de um país podem travar seu desenvolvimento econômico. Dentre as características que mencionam, **NÃO** se encontra a(o)

- (A) política de industrialização contrária às vantagens comparativas do país.
- (B) falta de espírito empresarial, de desejo de ganho e de empenho por melhorar de vida.
- (C) “irracionalidade” da atuação governamental, com políticas de investimento contrárias à vocação do país.
- (D) autonomia excessiva dos mercados, com decisões individuais opostas ao interesse coletivo.
- (E) excessivo crescimento populacional, diluindo os esforços de desenvolvimento.

69

As moedas-mercadoria, usadas como intermediárias de troca nas economias de mercado, são constituídas de substâncias que devem ter certas características físicas ou químicas, dentre as quais **NÃO** figura a

- (A) flexibilidade.
- (B) durabilidade.
- (C) homogeneidade.
- (D) divisibilidade.
- (E) facilidade de transporte.

70

Bancos de desenvolvimento como o BNDES têm tido um papel importante na aceleração do crescimento econômico dos países relativamente “atrasados”. No Brasil, este papel foi exercido sobretudo pela capacidade do BNDES de

- (A) conceder crédito de curto prazo aos consumidores, aumentando a demanda na economia.
- (B) conceder crédito ao setor imobiliário, grande absorvedor de mão de obra não qualificada.
- (C) financiar o capital de giro do setor agrícola, criando empregos no campo.
- (D) regular o crédito e a oferta monetária, controlando o processo inflacionário.
- (E) direcionar crédito de longo prazo para investimento nos setores prioritários da economia, principalmente industriais e de infraestrutura.