

MARINHA DO BRASIL
SERVIÇO DE SELEÇÃO DO PESSOAL DA MARINHA

*Concurso Público para ingresso no Quadro Técnico do
Corpo Auxiliar da Marinha
CP-T/2022*

**NÃO ESTÁ AUTORIZADA A UTILIZAÇÃO DE
MATERIAL EXTRA**

COMUNICAÇÃO SOCIAL

QUESTÃO 1

Fotojornalismo é a construção junta de um significado por meio de associação entre imagem e texto. Esse termo foi criado para definir o modo de fazer fotografia para veículos de imprensa sobre temas de interesse público (Marcondes Filho, 2014). De acordo com o autor, assinale a opção correta, no que tange ao fotojornalismo.

- (A) A evolução tecnológica dos equipamentos fotográficos não foi acompanhada pelo desenvolvimento da indústria gráfica, o que retardou a consolidação da fotografia jornalística na imprensa, no início do século XX.
- (B) A estética do fotojornalismo foi marcada, a partir do início do século XX, pela contínua associação às guerras, as quais usavam as fotos jornalísticas como instrumento de propaganda.
- (C) O fotojornalismo moderno refinou seu estilo por meio de livros ilustrados, buscando manter um preciso distanciamento entre o documental e a arte.
- (D) A "candid photo", que começou a ser utilizada na década de 1930, era uma foto única, posada e tomada com o consentimento do fotografado.
- (E) Os jornais e as revistas não deixaram de utilizar o desenho, apesar do desenvolvimento do fotojornalismo, em virtude do baixo custo do primeiro.

QUESTÃO 2

A relação com as fontes é uma das áreas mais sensíveis da profissão de jornalista. Sobre o *off the record*, de acordo com Jorge (2018), é correto afirmar que:

- (A) para ser publicada, a informação *off the records* deve ser confirmada por, pelo menos, uma fonte.
- (B) o *off* deve ser publicado entre aspas.
- (C) nesse tipo de informação, o repórter deve evitar assumir os fatos ou transformá-los em notícia.
- (D) ao utilizar este método, a credibilidade do repórter e do veículo mantém-se preservada.
- (E) o *off* - quando o jornalista entrevista a fonte, mas não pode citá-la - está entre os métodos indiretos de colher a notícia.

QUESTÃO 3

Kunsch (2003) entende por Comunicação Integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica. A Comunicação Integrada pressupõe a junção da:

- (A) comunicação externa, comunicação administrativa, comunicação massiva e comunicação institucional.
- (B) comunicação massiva, comunicação dirigida, comunicação interna e comunicação mercadológica.
- (C) comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa.
- (D) comunicação mercadológica, comunicação dirigida, comunicação externa e comunicação interna.
- (E) comunicação administrativa, comunicação interna, comunicação dirigida e comunicação massiva.

QUESTÃO 4

Com relação às funções comunicativas da linguagem (Jakobson, 1971 Apud Santaella, 2017), assinale a opção que apresenta aquela na qual domina o fator informativo, onde o que mais importa é o contexto, e que tem como um de seus exemplos as notícias de jornal.

- (A) Função emotiva.
- (B) Função referencial.
- (C) Função fática.
- (D) Função conativa.
- (E) Função metalinguística.

QUESTÃO 5

O texto de rádio possui particularidades inerentes à sua definição como meio de comunicação sonora. Assinale a opção que apresenta características do texto jornalístico nesse meio, segundo Ferrareto (2014).

- (A) A estrutura do texto em rádio utiliza a técnica da pirâmide invertida e equivale basicamente ao lide de um jornal ou revista.
- (B) A ordem indireta deve ter preferência sobre a ordem direta, em especial no lide.
- (C) Quando o nome da pessoa aparecer pela primeira vez, deve-se dar preferência à identificação completa - o nome seguido do cargo ou função. Caso seja necessário optar por um deles, deve-se utilizar o nome.
- (D) Em nenhuma hipótese são utilizadas abreviaturas no texto que será lido pelo locutor.
- (E) No rádio, é recomendada a utilização de cacofonias, pois promovem harmonia ao conjunto de palavras.

QUESTÃO 6

Umberto Eco (1968, apud Santaella, 2017) estabeleceu cinco níveis de codificação visual nas mensagens publicitárias. O nível que extrai suas bases das tradições históricas e culturais e das convenções do gênero publicitário é denominado:

- (A) icônico.
- (B) tropológico.
- (C) entimemático.
- (D) tópico.
- (E) iconográfico.

QUESTÃO 7

Com relação ao cronograma das ações de mídia para respostas à crise recomendado por Forni (2019), assinale a opção que relaciona corretamente a ação e o tempo correspondente.

- (A) Declaração à imprensa (*news statement*) - 1 hora.
- (B) Comunicado inicial à imprensa (*news release*) - 2 horas.
- (C) Briefing à imprensa (*news briefing*) - 3 horas.
- (D) Entrevista coletiva (*news conference*) - 24 horas.
- (E) Atendimento individual à imprensa (*media interview*) - 48 horas.

QUESTÃO 8

Martino (2014) apresenta conceitos iniciais de Redes Sociais. Com relação a esse tema, de acordo com o autor, analise as afirmativas abaixo.

- I- O uso da noção de “redes sociais” no ambiente da internet significa transpor um modelo de análise social para o espaço virtual, o que descarta mudanças no conceito.
- II- Podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes.
- III- São definidas por seu caráter vertical, desprovido de uma hierarquia rígida.
- IV- É um conceito desenvolvido pelas Ciências Sociais para explicar alguns tipos de relação entre pessoas.

Assinale a opção correta.

- (A) As afirmativas I e III estão corretas.
- (B) As afirmativas I, II e III estão corretas.
- (C) As afirmativas I, II e IV estão corretas.
- (D) As afirmativas II e IV estão corretas.
- (E) As afirmativas III e IV estão corretas.

QUESTÃO 9

Segundo Chaparro (apud DUARTE, 2011), qual profissional pratica “jornalismo na fonte”?

- (A) Repórter.
- (B) Produtor.
- (C) Editor.
- (D) Assessor.
- (E) Pauteiro.

QUESTÃO 10

De acordo com Bann (2012), conhecer as faces de tipo e as fontes é imprescindível, pois:

- (A) há poucas opções disponíveis, o que exige maior critério em sua seleção para um projeto gráfico.
- (B) essa escolha afetará diretamente a definição do processo de impressão a ser utilizado.
- (C) evita que um design seja prejudicado pelo uso de várias fontes diferentes, exageradas ou incompatíveis.
- (D) permite que um documento de layout de página original seja fornecido à gráfica ou ao birô sem erros.
- (E) o uso inadequado das fontes interferirá no processo de acabamento de um produto.

QUESTÃO 11

De acordo com Barbeiro (2015), a entrevista é a base do noticiário jornalístico. Com relação a esse assunto, o autor elenca uma série de orientações ao entrevistado. Assinale a opção que apresenta uma dessas orientações.

- (A) Procure disfarçar o seu sotaque.
- (B) Cuidado com o tom de voz; há um tom ideal para cada situação.
- (C) Não tente negociar com o repórter o assunto da entrevista.
- (D) Fatos bem-humorados não devem ser explorados.
- (E) Não dê inflexão nas palavras-chave do assunto sobre o qual está discorrendo, para não chamar a atenção do repórter.

QUESTÃO 12

Assinale a opção verdadeira a respeito do que se deve observar ao escrever o corpo do texto de um anúncio, segundo Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015).

- (A) Evite ir muito rapidamente ao ponto, valendo-se de analogias sempre que possível.
- (B) Independentemente dos objetivos comerciais, busque divertir seu público-alvo.
- (C) Faça uso de superlativos, generalizações e lugares-comuns.
- (D) Tenha sempre em mente que propaganda é arte e deve encantar o público.
- (E) Não empregue o estilo literário, pois ele desvia a atenção do assunto.

QUESTÃO 13

Conforme descrito em Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015), o profissional de mídia reconhece as características de cada meio, suas vantagens e desvantagens, de maneira a construir o planejamento que ofereça, no final, a melhor exposição possível. Sendo assim, assinale a opção que, para os autores, apresenta a correta correspondência entre um determinado meio e uma de suas características.

- (A) Jornal: provoca o envolvimento emocional do leitor.
- (B) Rádio: inibe a imaginação em função da impossibilidade de referenciar imagens.
- (C) Outdoor: proporciona baixa cobertura e frequência.
- (D) TV: o custo absoluto costuma ser elevado, mesmo quando considerado regionalmente, em comparação a outros meios.
- (E) Revista: gera seletividade de público em razão de sua pequena variedade de títulos.

QUESTÃO 14

De acordo com Duarte (2011), estão entre os erros mais comuns das fontes, EXCETO:

- (A) não priorizar o atendimento a jornalistas.
- (B) querer ser notícia sempre.
- (C) não valorizar a comunicação segmentada.
- (D) monitorar permanentemente a imprensa.
- (E) pedir para ler o texto.

QUESTÃO 15

Segundo Pena (2013), sobre o jornalismo investigativo, é correto afirmar que:

- (A) busca a informação secundária.
- (B) baseia-se em denúncias.
- (C) se exercido com responsabilidade, pode ser um instrumento cívico.
- (D) trata apenas de casos policiais.
- (E) uma das grandes bandeiras desse tipo de reportagem é lutar pelo direito de acesso a informações privadas.

QUESTÃO 16

As notícias estão cada vez mais portáteis, personalizadas e participativas - em outras palavras, o jornalismo, mais uma vez, passa por uma reinvenção. De acordo com Barbeiro e Lima (2013), analise as afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- I- O público pode dar vários tipos de *feedback* na internet, e um deles é votar em *rankings* das notícias mais interessantes, o que permite que se apurem as mais lidas.
- II- O Facebook e o Twitter são fontes úteis que podem ser usadas pelos jornalistas sem necessidade de verificação.
- III- O processo de fusão das redações é uma consequência inevitável da nova era.

- (A) Apenas a afirmativa I está correta.
- (B) Apenas a afirmativa III está correta.
- (C) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
- (D) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.
- (E) As afirmativas I, II e III estão corretas.

QUESTÃO 17

De acordo com Kotler e Keller (2019), que recomendação de especialistas deve ser seguida ao se desenvolver um programa eficaz de *Mobile Marketing*?

- (A) As marcas devem utilizar apenas três elementos: a oferta, a chamada e um texto de até 200 caracteres.
- (B) O texto de anúncios para dispositivos móveis deve ocupar apenas 50% da tela, evitando experiências de visualização complexas.
- (C) Ao elaborar anúncios para dispositivos móveis, fatores como consumo de bateria e disponibilidade de dados dos consumidores não precisam ser levados em consideração.
- (D) As marcas devem colocar seu logotipo no centro do enquadramento de um anúncio para dispositivos móveis.
- (E) Deve-se evitar a utilização de cores vivas nos anúncios, pois podem distrair o usuário do dispositivo móvel.

QUESTÃO 18

De acordo com Kunsch (2003), Planos, Projetos e Programas são instrumentos do processo de planejamento de Relações Públicas. Correlacione esses conceitos a suas respectivas definições e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

CONCEITOS:

- I- Plano
- II- Projeto
- III- Programa

DEFINIÇÕES:

- () Consiste numa proposição de ideias ordenadas e num conjunto de ações capazes de modificar uma situação identificada por outra desejada.
- () Contém os pressupostos básicos para a tomada de decisão e assume, como instrumento do planejamento, um caráter mais geral e abrangente.
- () Está diretamente relacionado com a logística de implantação das ações ou atividades planejadas.
- () Objetiva estudar a utilização racional dos recursos econômicos para produção de um bem ou serviço.

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

QUESTÃO 19

De acordo com Giovandro Marcus Ferreira (Apud Hohfeldt, 2015), o *agenda setting* e a espiral do silêncio são duas faces de uma mesma moeda. Ambas trabalham com a perspectiva massificante sob a égide da imposição dos *mass media* sobre os indivíduos. A respeito das referidas teorias, assinale a opção correta.

- (A) O *agenda setting* constrói sua hipótese afirmando que a influência não reside na maneira como os *mass media* fazem o público pensar, mas no que eles fazem o público pensar.
- (B) A espiral do silêncio apreende a massificação pelo consentimento dos indivíduos, quando estes têm opiniões convergentes com aquelas veiculadas pelos *mass media*.
- (C) Pela teoria do *agenda setting*, embora os temas em relevo na agenda mediática estejam também em relevo na agenda pública, não haverá uma imposição no nível da hierarquia efetuada pelos *mass media*.
- (D) O *agenda setting* acaba por eliminar as relações interpessoais, pois tais relações eram, originalmente, geradoras de temas.
- (E) A espiral do silêncio defende que o que é dito nos *mass media* torna-se objeto de conversa em grupos intelectualmente restritos de pessoas.

QUESTÃO 20

A respeito dos conceitos de SEO ou *Search Engine Optimization* (Otimização para motores de pesquisa) e de *Links Patrocinados*, abordados por Faustino (2019), analise as alternativas abaixo.

- I- *Links Patrocinados* são utilizados em estratégias que possuem como pré-requisitos a arquitetura e a hierarquia da informação.
- II- O tráfego orgânico obtido a partir de uma estratégia de SEO é gerado de forma totalmente gratuita, ainda que haja um custo associado a esse trabalho de posicionamento.
- III- O trabalho desenvolvido em uma estratégia de SEO visa gerar efeitos imediatos, enquanto os *Links Patrocinados* produzem resultados a médio ou longo prazo.
- IV- A grande vantagem do SEO é claramente a melhoria do posicionamento das páginas de sites ou blogs nos resultados orgânicos de pesquisa.

Assinale a opção correta.

- (A) Apenas as opções I, II e III são verdadeiras.
- (B) Apenas as opções I e III são verdadeiras.
- (C) Apenas as opções II e IV são verdadeiras.
- (D) Apenas as opções III e IV são verdadeiras.
- (E) Apenas as opções I, II e IV são verdadeiras.

QUESTÃO 21

Segundo Bann (2012), sobre os tipos de encadernação e materiais, assinale a opção INCORRETA.

- (A) Uma publicação em lombada canoa não abre totalmente e não permanece plana quando aberta.
- (B) A maioria dos livros de capa mole utiliza a encadernação sem costura.
- (C) Edições de luxo ou limitadas podem ser encadernadas manualmente.
- (D) Encadernação espiral, *wire-o* e com pente plástico são utilizadas em manuais e publicações de alta tiragem.
- (E) Na encadernação capa dura, as guardas (em geral feitas de papel não revestido) são coladas ao primeiro e ao último caderno.

QUESTÃO 22

Com relação ao Plano de Marketing, segundo Kotler e Keller (2019), assinale a opção correta.

- (A) Trata-se de um documento que não possui relação com os planos de outros departamentos.
- (B) Possui escopo mais amplo e robusto do que um plano de negócio.
- (C) Tem seu ponto de partida na percepção dos acionistas acerca do ambiente externo.
- (D) É um dos produtos mais importantes do processo de marketing, pois fornece direção e foco para uma marca, produto ou empresa.
- (E) Independentemente do tamanho da empresa, o plano de marketing deve ser o mais curto e informal possível.

QUESTÃO 23

De acordo com Barbeiro e Lima (2013), sobre webjornalismo, é correto afirmar que:

- (A) tudo que é digitalizado passa pela mandala, que possui limites pré-definidos e um número exato de nodos e de internautas.
- (B) o webjornalismo proporciona a possibilidade de se reunir atualizações 24 horas por dia com a certeza da publicação, independentemente da plataforma.
- (C) a periodicidade de postagem de um blog deve ser diária.
- (D) o twitter não é o espaço ideal para a repercussão de notícias e opiniões.
- (E) uma notícia publicada pertence a toda a rede, e rapidamente pode ser copiada e colada nos sites, blogs e outros espaços, sem necessidade de creditar ao autor ou à empresa.

QUESTÃO 24

De acordo com Squarisi (2011), como se denomina o recurso que realça passagens-chave (bem escolhidas) da matéria que provocam o leitor e despertam nele a vontade de ir além?

- (A) Texto-legenda.
- (B) Olho.
- (C) Sutiã.
- (D) Abertura.
- (E) *Insert*.

QUESTÃO 25

De acordo com Duarte (2011), qual material tem "a saudável capacidade de abastecer permanentemente as redações com uma oferta de notícias que, de outra maneira, não seriam identificadas"?

- (A) Pauta.
- (B) Sinopse.
- (C) Newsletter.
- (D) Nota oficial.
- (E) Release.

QUESTÃO 26

De acordo com Lévy (Apud Martino, 2014), o vínculo entre diversas competências, ideias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço, é chamado de:

- (A) codificação digital.
- (B) inteligência coletiva.
- (C) cibercultura.
- (D) comunidades virtuais.
- (E) interface.

QUESTÃO 27

De acordo com Forni (2019), o gerenciamento de crises possui dois lados fundamentais e decisivos do ponto de vista da imagem. Um deles é administrar o fato gerador e o outro é:

- (A) o fato propriamente dito.
- (B) o tamanho da crise.
- (C) a versão da crise.
- (D) a existência de falhas na comunicação.
- (E) a centralização da comunicação.

QUESTÃO 28

De acordo com Barbeiro e Lima (2013), como são chamados, na redação, os jornalistas da central informativa?

- (A) Pauteiros.
- (B) Apuradores.
- (C) Editores.
- (D) Produtores.
- (E) Repórteres.

QUESTÃO 29

Segundo Kotler e Keller (2019), fazer uma seleção de mídia significa encontrar o meio mais eficaz em termos de custo para oferecer o número e o tipo de exposições desejados ao público-alvo. A respeito dos efeitos de tais exposições sobre a conscientização do público, é correto afirmar que "o valor qualitativo de uma exposição em determinado veículo" refere-se:

- (A) ao impacto.
- (B) à frequência.
- (C) à exposição.
- (D) à cobertura.
- (E) ao convencimento.

QUESTÃO 30

Segundo Oliveira (apud Farias, 2011) com relação a públicos e relacionamentos estratégicos, é correto afirmar que:

- (A) por possuir interesses privados, a organização não possui a obrigação social de atender ao interesse público.
- (B) a comunicação empresarial centraliza o processo no cidadão.
- (C) espera-se que os profissionais de comunicação tenham a capacidade de mapear os atores sociais com os quais uma organização mantenha relacionamentos estratégicos.
- (D) os veículos de comunicação de massa, denominação que abarca apenas os mais tradicionais (ex: TV, rádio, jornal e revista), têm levado o indivíduo ao isolamento cada vez maior e o tratado basicamente como receptor, como audiência.
- (E) mapear significa agrupar os atores sociais que exercem papéis semelhantes e que não apresentam contraponto à empresa.

QUESTÃO 31

Quanto à natureza jornalística, Torquato (2015) afirma que o termo "notícia" está inserto na terminologia jornalística, razão pela qual devemos atribuir à notícia empresarial uma natureza jornalística. Com relação à comunicação empresarial, assinale a opção correta.

- (A) As quatro características básicas do jornalismo (atualidade, periodicidade, universalidade e difusão coletiva) não precisam ser consideradas no âmbito da empresa.
- (B) As publicações empresariais, na qualidade de veículos jornalísticos, portanto conduzindo a notícia, devem ter periodicidade.
- (C) Nas empresas, fatores inerentes às conveniências da conjuntura empresarial não devem influenciar o processo de informação.
- (D) A política de comunicação empresarial não influencia o conceito de notícia.
- (E) Os atributos inerentes à notícia, como o imediatismo, a veracidade, o interesse humano e a importância não assumem, na empresa, significações particulares.

QUESTÃO 32

Para Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015), "o criador precisa ser alguém antenado no mundo, plugado nas diversas realidades, que transite sem preconceitos nas principais formas de expressão. Que não se alimente somente de propaganda, mas das expressões de cultura, de folclore, de cotidiano - cultura pop, no mínimo, para falar a língua do dia a dia".

Nesse trecho, o autor trata de qual atributo fundamental aos novos profissionais de criação?

- (A) Pertinência.
- (B) Gamificação.
- (C) Formação técnica.
- (D) Transitoriedade.
- (E) Repertório.

QUESTÃO 33

No livro "Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público", Torquato (2015) discorre sobre o impacto das mudanças na comunicação organizacional. Especificamente sobre as transformações e avanços na mídia, assinale a opção correta, de acordo com a visão do autor.

- (A) As redes sociais, os canais de vídeo e os buscadores na internet transformaram-se em grandes concorrentes da mídia convencional, mesmo a televisão.
- (B) Diante do imediatismo com que a informação chega às pessoas e replica em escala universal, o jornal diário assume o protagonismo como fonte primária de informação.
- (C) O valor agregado da publicidade nas mídias digitais se eleva de tal forma que alguns anunciantes tradicionais se veem impossibilitados de manter investimentos nesses canais.
- (D) Grandes e poderosos conglomerados mundiais de comunicação experimentam um menor impacto dessas transformações, mantendo suas orientações estratégicas e estruturas originais.
- (E) Faz-se necessário reduzir a participação do público no provimento de informações gratuitas e espontâneas, sobretudo por meio de redes sociais, a fim de evitar *fake news*.

QUESTÃO 34

De acordo com Kunsch (2003), qual atividade, no âmbito das Relações Públicas, tem como função primordial examinar, avaliar, reorganizar, selecionar e melhorar o sistema de comunicação de uma empresa?

- (A) Análise Swot.
- (B) Pesquisa de mercado.
- (C) Auditoria da comunicação organizacional.
- (D) Monitoramento ambiental.
- (E) Planejamento estratégico.

QUESTÃO 35

De acordo com Bann (2012), assinale a opção INCORRETA a respeito dos processos de acabamento.

- (A) É recomendável solicitar um boneco com o mesmo papel escolhido para o produto final, a menos que se trate de um produto padrão.
- (B) O vinco é feito sobre cartão ou categorias mais espessas de papel para facilitar a dobra.
- (C) Publicações que contêm lombada inviabilizam a produção de um boneco.
- (D) O boneco pode ser apresentado ao cliente para aprovação de peso, tipo de papel e estilo de encadernação.
- (E) A maioria dos produtos impressos precisa ser cortada, seja antes da impressão, seja no processo de acabamento.

QUESTÃO 36

Segundo Squarisi (2011), com relação às exigências da notícia *online*, assinale a opção correta.

- (A) Entre o furo e a apuração, prefira o furo.
- (B) Evite verbos fortes e na voz ativa.
- (C) A volta do lide deve-se à característica do internauta, que lê o texto em "T".
- (D) O título e a chamada devem permanecer inalterados.
- (E) Dê preferência à utilização de gerúndios, quês e fileira de "dês".

QUESTÃO 37

"As *fake news* estão no coração da comunicação na atualidade, atuando como um veneno." (FORNI, 2019). Para responder, no caso de uma crise, a notícias que se caracterizam como *fake news*, o autor afirma que:

- (A) a rigor, essas notícias sempre merecem o crédito de uma resposta, a fim de evitar danos à imagem da organização.
- (B) compete à empresa fazer a apuração em paralelo com as autoridades policiais e se pronunciar oficialmente sobre os resultados obtidos.
- (C) por ser a maior interessada em manter a credibilidade de sua imagem, a empresa deve assumir a atribuição de apurar vazamentos.
- (D) se o potencial das *fake news* é provocar uma crise grave com base em denúncias falsas, a organização terá que intervir, ou seja, desmentir imediatamente a notícia e desqualificar a fonte.
- (E) a organização deve dizer aos jornalistas que irá, imediatamente, acionar a Justiça, antes mesmo de qualquer tipo de avaliação.

QUESTÃO 38

Martino (2014) define alguns conceitos-chave para as mídias digitais. A definição "A operação das mídias digitais acontece a partir de pontos de contatos "amigáveis" entre dispositivos e usuários, moldados a partir de referências culturais anteriores", diz respeito a qual conceito abaixo?

- (A) Velocidade.
- (B) Ubiquidade.
- (C) Virtualidade.
- (D) Interface.
- (E) Segurança e vigilância.

QUESTÃO 39

De acordo com Martino (2014), uma rede é um conjunto de pontos - os "nós" interconectados - e toda rede é uma estrutura complexa de comunicação, na qual os vários nós interagem em múltiplas ligações. Nesse sentido, o autor afirma que a organização em rede possui três características principais. São elas:

- (A) distribuição, flexibilidade e reciprocidade.
- (B) flexibilidade, escala e sobrevivência.
- (C) centralização, descentralização e distribuição.
- (D) intimidade, confiança mútua e reciprocidade.
- (E) sobrevivência, intimidade e escala.

QUESTÃO 40

De acordo com Duarte (2011), qual é o nome da técnica utilizada pelos assessores de imprensa para confirmar o recebimento do release ou o encaminhamento do assunto na redação?

- (A) *Follow-up*.
- (B) *Checklist*.
- (C) *Clipping*.
- (D) *Newspeg*.
- (E) *Mailling*.

QUESTÃO 41

Com relação aos termos utilizados em Assessoria de Imprensa, segundo Omar Barreto Lopes (apud DUARTE, 2011), correlacione os conceitos às suas respectivas definições e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

CONCEITOS:

- I- *Workshop* com jornalistas
- II- Gancho
- III- Embargo
- IV- *Workshopmídia*
- V- Balão de ensaio

DEFINIÇÕES:

- () Cursos encomendados pelas assessorias de comunicação, com o objetivo de otimizar o contato das fontes da empresa com a mídia. Contempla "sabatinas", laboratórios diversos e palestras conceituais, que municiam as fontes com dicas e conhecimentos básicos para o relacionamento com a mídia.
- () Informações colocadas estrategicamente no noticiário, as quais visam gerar desdobramentos imediatos junto à opinião pública ou a determinados interesses.
- () Acordo tácito firmado com jornalistas para que determinado material entregue pela assessoria só seja divulgado a partir da data previamente combinada.
- () Elemento gerador da notícia, que agrega os valores de tempo, contexto, pertinência e outros mais, atribuidores do caráter que faculta a uma informação a possibilidade de tornar-se notícia.
- () Versão resumida do *Mídia Training*. Trata-se de uma reunião de trabalho - com duração de um dia ou menos - em que são discutidos temas relacionados ao atendimento às demandas da mídia e ao contexto jornalístico do momento.
- () Trata-se de reuniões formais de trabalho em que os executivos de uma empresa recebem jornalistas para auxiliá-los, com a transmissão de *expertise* e conhecimento técnico, na cobertura de determinados temas.

- (A) (IV) (V) (III) (II) (I) (-)
- (B) (-) (III) (II) (V) (IV) (I)
- (C) (I) (II) (V) (III) (-) (IV)
- (D) (IV) (V) (III) (II) (-) (I)
- (E) (-) (V) (III) (II) (IV) (I)

QUESTÃO 42

BUENO (2015) considera que um nível superior, mais bem elaborado, de atuação das organizações nas mídias sociais seria aquele que:

- (A) transcende o da veiculação de conteúdo para se focar na criação de um espaço de relacionamento específico e competente.
- (B) otimiza os esforços do profissional de comunicação social, ao propor a transcrição de textos de outros canais de divulgação, como portais, releases e publicações.
- (C) concebe as mídias sociais como um canal de mão única, em que as organizações investem na divulgação de fatos ou informações de seu interesse.
- (D) supera a perspectiva vertical e unilateral da comunicação, abrindo a possibilidade de diálogo com o público a partir de pautas e agendas pré-definidas pela organização.
- (E) estimula o profissional de comunicação a adotar a postura de "dono da conversa" nas interações estabelecidas com os públicos.

QUESTÃO 43

De acordo com Pena (2013), qual teoria cujo método consiste em interpretar a história não a partir dos eventos, mas tomando como referência os pressupostos de formação desses mesmos eventos?

- (A) Gnóstica.
- (B) Etnográfica.
- (C) Da Nova História.
- (D) Instrumentalista.
- (E) Dos fractais biográficos.

QUESTÃO 44

Com relação à conduta ética do jornalista, Barbeiro (2013) afirma que:

- (A) faz parte da atividade de jornalismo investigativo o uso da câmera escondida, sendo recomendada a gravação de entrevista mesmo sem o consentimento da pessoa, seja ela quem for.
- (B) cidadãos que têm vida pública perdem, pelo menos em parte, o direito à privacidade, mas o jornalista não deve avançar além do que for relevante para o conhecimento da sociedade.
- (C) é possível que haja amizade entre fonte e jornalista, e as trocas advindas dessa relação são saudáveis e incentivadas.
- (D) o jornalista pode utilizar o anonimato da fonte para embutir opinião pessoal ou abrigar interesse escuso.
- (E) é dever ético do jornalista agradecer o recebimento de convites no ar, divulgando o nome das empresas, instituições e pessoas envolvidas, ainda que não estejam ligadas à reportagem.

QUESTÃO 45

Ao abordar o assunto "Planejamento e Estratégia de Relações Públicas", Farias (2011) afirma que, ao se analisar o ambiente de operação, devem-se identificar as principais tendências e suas implicações para a organização, observando cada ambiente e os públicos estratégicos presentes em cada um deles. Segundo o autor, "indivíduos e outras organizações com os quais se trabalhe diretamente, como clientes, profissionais, financiadores, fornecedores, colaboradores etc", constituem o:

- (A) ambiente interno.
- (B) ambiente público.
- (C) ambiente de mercado.
- (D) ambiente competitivo.
- (E) macroambiente.

QUESTÃO 46

Analise o *lead* (lide) a seguir.

"Às 8 horas da manhã da última quarta-feira, a nutricionista aposentada Eugênia Gomes de Oliveira estava ansiosa para mudar de vida. Aos 68 anos, iniciava uma cirurgia de transplante de córnea no Hospital Naval Marçílio Dias, na Zona Norte do Rio de Janeiro."

De acordo com Jorge (2018), "quanto à pergunta-guia", como é classificado o *lead* (lide) acima?

- (A) Lide "Quem".
- (B) Lide "Como".
- (C) Lide "O quê".
- (D) Lide "Onde".
- (E) Lide "Quando".

QUESTÃO 47

A edição é a montagem final da reportagem que vai ao ar no telejornal. Acerca desse assunto, Barbeiro e Lima (2013) afirmam que:

- (A) em uma reportagem de TV, a subjetividade é um ideal a ser perseguido sempre.
- (B) a passagem do repórter é imprescindível numa edição.
- (C) a cobertura do *OFF* deve ser feita pelo editor de texto e pelo pauteiro, que, juntos, têm melhores condições de construir uma reportagem.
- (D) os editores não escrevem cabeças e pés de matérias, assim como notas do *script* do telejornal, sendo essas funções exclusivas do repórter e do âncora, respectivamente.
- (E) o uso de uma imagem neutra evita o "pulo de imagem"- é o uso do *insert*.

QUESTÃO 48

Em "A Sociedade em Rede", Castells (2017) discorre a respeito de uma transformação tecnológica de dimensões históricas similares àquela ocorrida por volta de 700 a.C, quando foi inventado o alfabeto. Tal transformação, que integra vários modos de comunicação em uma rede interativa, é caracterizada:

- (A) por interações que se dão em tempo real, com condições de acesso restrito e de preços inacessíveis à maior parte da população mundial.
- (B) pelo fato de que os sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos pela sociedade não sofrem interferência desse novo sistema tecnológico.
- (C) por um ritmo de desenvolvimento e uma distribuição geográfica regulares e homogêneos, que atingirão toda a população mundial no curto prazo.
- (D) pela formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana.
- (E) pela centralização do envio das mensagens em alguns emissores, capazes de atingir, simultaneamente, milhões de receptores.

QUESTÃO 49

De acordo com Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015), assinale a opção que NÃO apresenta uma função específica exercida pelo profissional de Relações Públicas.

- (A) Relacionamento com a imprensa, procurando organizar e promover notícias de interesse da empresa.
- (B) Comunicação com o público interno, permitindo que ele seja impactado com informações sobre todos os acontecimentos que envolvem a empresa.
- (C) Aproximação com os públicos exclusivamente institucionais, atribuindo a outros departamentos o relacionamento com o público de mercado.
- (D) Apoio às ações de comunicação publicitária, mediante eventos com públicos específicos.
- (E) Promoção de políticas públicas, com ações que promovam ideias ou conceitos junto a autoridades governamentais.

QUESTÃO 50

Para Torquato (2015), a unicidade do discurso organizacional vincula-se ao que se pode chamar de níveis de análise. Trata-se de posicionar a comunicação em um dos quatro níveis que contextualizam os problemas de comunicação. Assinale a opção que apresenta esses quatro níveis.

- (A) Comportamental, social, cibernético e intrapessoal.
- (B) Intrapessoal, cibernético, organizacional e comportamental.
- (C) Organizacional, tecnológico, social e comportamental.
- (D) Intrapessoal, interpessoal, organizacional e tecnológico.
- (E) Coletivo, intrapessoal, tecnológico e social.

RASCUNHO PARA REDAÇÃO

TÍTULO:

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

INSTRUÇÕES GERAIS AO CANDIDATO

- 1 - Verifique se a prova recebida e a folha de respostas são da mesma cor (consta no rodapé de cada folha a cor correspondente) e se não faltam questões ou páginas. Escreva e assinhe corretamente seu nome, coloque seu número de inscrição e o dígito verificador (DV) apenas nos locais indicados;
- 2 - O tempo para a realização da prova será de **4 (quatro) horas**, incluindo o tempo necessário à redação e à marcação das respostas na folha de respostas, e não será prorrogado;
- 3 - Só inicie a prova após ser autorizado pelo Fiscal, interrompendo sua execução quando determinado;
- 4 - A redação deverá ser uma dissertação com ideias coerentes, claras e objetivas, escritas em língua portuguesa. Deverá ter, no mínimo, 20 linhas contínuas, considerando o recuo dos parágrafos, e no máximo 30 linhas;
- 5 - Iniciada a prova, não haverá mais esclarecimentos. O candidato somente poderá deixar seu lugar, devidamente autorizado pelo Supervisor/Fiscal, para se retirar definitivamente do recinto de prova ou, nos casos abaixo especificados, devidamente acompanhado por militar designado para esse fim:
 - atendimento médico por pessoal designado pela MB;
 - fazer uso de banheiro; e
 - casos de força maior, comprovados pela supervisão do certame, sem que aconteça saída da área circunscrita para a realização da prova.
 Em nenhum dos casos haverá prorrogação do tempo destinado à realização da prova; em caso de retirada definitiva do recinto de prova, esta será corrigida até onde foi solucionada;
- 6 - Use caneta esferográfica preta ou azul para preencher a folha de respostas;
- 7 - Confira nas folhas de questões as respostas que você assinalou como corretas antes de marcá-las na folha de respostas. Cuidado para não marcar duas opções para uma mesma questão na folha de respostas (a questão será perdida);
- 8 - Para rascunho, use os espaços disponíveis nas folhas de questões, mas só serão corrigidas as respostas marcadas na folha de respostas;
- 9 - O tempo mínimo de permanência dos candidatos no recinto de aplicação de provas é de **2 (duas) horas**.
- 10 - Será eliminado sumariamente do processo seletivo/concurso e suas provas não serão levadas em consideração o candidato que:
 - a) der ou receber auxílio para a execução da Prova escrita objetiva de conhecimentos profissionais e da Redação;
 - b) utilizar-se de qualquer material não autorizado;
 - c) desrespeitar qualquer prescrição relativa à execução da Prova e da Redação;
 - d) escrever o nome ou introduzir marcas identificadoras noutro lugar que não o determinado para esse fim;
 - e) cometer ato grave de indisciplina; e
 - f) comparecer ao local de realização da Prova escrita objetiva de conhecimentos profissionais e da Redação após o horário previsto para o fechamento dos portões.
- 11 - Instruções para o preenchimento da folha de respostas:
 - a) use caneta esferográfica azul ou preta;
 - b) escreva seu nome em letra de forma no local indicado;
 - c) assinhe seu nome no local indicado;
 - d) no campo inscrição DV, escreva seu número de inscrição nos retângulos, da esquerda para a direita, um dígito em cada retângulo. Escreva o dígito correspondente ao DV no último retângulo. Após, cubra todo o círculo correspondente a cada número. Não amasse, dobre ou rasgue a folha de respostas, sob pena de ser rejeitada pelo equipamento de leitura ótica que a corrigirá; e
 - e) só será permitida a troca de folha de respostas até o início da prova, por motivo de erro no preenchimento nos campos nome, assinatura e número de inscrição, sendo de inteira responsabilidade do candidato qualquer erro ou rasura na referida folha de respostas, após o início da prova.
- 12 - Procure preencher a folha com atenção de acordo com o exemplo abaixo:

- 13 - Não será permitido levar a prova após sua realização. O candidato está autorizado a transcrever suas respostas, dentro do horário destinado à solução da prova, utilizando o modelo impresso no fim destas instruções, para posterior conferência com o gabarito que será divulgado. É proibida a utilização de qualquer outro tipo de papel para anotação do gabarito.

ANOTE SEU GABARITO										PROVA DE COR _____														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50