

MARINHA DO BRASIL
SERVIÇO DE SELEÇÃO DO PESSOAL DA MARINHA

*Concurso Público para ingresso no Quadro Técnico do
Corpo Auxiliar da Marinha
CP-T/2023*

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

COMUNICAÇÃO SOCIAL

QUESTÃO 1

De acordo com Bueno (2015), assinale a opção que completa corretamente as lacunas da sentença abaixo.

“_____ e _____ são características evidentes da comunicação digital, atributos inerentes ao modelo de comunicação chamado de simétrico ou de mão dupla, tão apregoados pela área de comunicação organizacional/Relações Públicas”.

- (A) Engajamento e imediatismo
- (B) *Feedback* e interação
- (C) Imediatismo e interatividade
- (D) Segmentação e conexão
- (E) Inovação e rapidez

QUESTÃO 2

Qualquer que seja o constituinte, a atitude de transparência da empresa deve ser buscada. Dizer a verdade, por exemplo, é a recomendação feita por todos os grandes especialistas em administração de crises. Neves (2002) aponta razões para isso, EXCETO:

- (A) A "credibilidade" é o último trunfo para virar o jogo. Ela tem que ser preservada custe o que custar.
- (B) Pesquisas mostram que as vítimas e os lesados se sentem mais ofendidos quando acham que a empresa está mentindo do que pela lesão em si.
- (C) O preço da mentira descoberta num momento de tensão é muito alto.
- (D) A experiência tem mostrado que a raiva do público diminui - às vezes, desaparece - se a empresa, sem maiores delongas, reconhece o erro.
- (E) "Deixar tudo logo em pratos limpos" é uma ducha de água fria na mídia e nos consumidores de notícias. O ideal para quem produz a notícia e para quem a consome é que a verdade apareça logo, de uma só vez.

QUESTÃO 3

Na obra "Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada", Kunsch (2003) entende a comunicação integrada por uma filosofia que direciona a convergência de diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica. Quanto às grandes áreas de comunicação organizacional integrada, citadas pela autora nessa obra, correlacione os tipos de comunicação às suas definições e assinale a opção correta.

TIPOS DE COMUNICAÇÃO

- 1- Comunicação administrativa
- 2- Comunicação interna
- 3- Comunicação mercadológica
- 4- Comunicação institucional

DEFINIÇÕES

- () É planejada com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica.
- () É a responsável direta, por meio da gestão estratégica de relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização.
- () É responsável por toda a produção comunicativa em torno dos objetivos mercadológicos, tendo em vista a divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa.
- () É aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes.

- (A) (2) (4) (3) (1).
- (B) (1) (4) (3) (2).
- (C) (3) (2) (1) (4).
- (D) (2) (3) (4) (1).
- (E) (3) (4) (2) (1).

QUESTÃO 4

De acordo com Neto (2015), como é denominado o resultado de médio e longo prazo que se obtém a partir das atitudes e ações efetivamente colocadas em prática por um indivíduo ou organização?

- (A) Reconhecimento.
- (B) Relacionamento.
- (C) Relevância.
- (D) Reputação.
- (E) Responsividade.

QUESTÃO 5

Na obra "Propaganda: teoria, técnica e prática", Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015) apresentam algumas definições sobre o conceito de publicidade. Coloque verdadeiro (V) ou falso (F) nas afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- () A publicidade é um meio de tornar conhecido um produto, um serviço ou uma marca.
- () A publicidade é uma técnica de comunicação segmentada, paga, com a finalidade precípua de fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para os anunciantes.
- () A publicidade é, sobretudo, um grande meio de comunicação com grupos de pessoas, de maneira genérica. Alguns utilizam a expressão "propaganda de massa".
- () A publicidade brasileira é reconhecidamente uma das melhores do mundo, e não apenas no aspecto do planejamento, estando ligada ao progresso empresarial.
- () A publicidade é uma das maiores forças da economia. Para seus maiores defensores, a propaganda organiza e estimula o mercado consumidor; para muitos críticos, induz as pessoas a consumirem tendências mercadológicas de status.

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

QUESTÃO 6

No livro "Manual de Jornalismo para Rádio, TV e novas mídias", Barbeiro e Lima (2013) discorrem sobre as técnicas gerais de reportagem, que se aplicam a todas as plataformas por onde o jornalismo se propaga. Especificamente sobre as técnicas de reportagem, assinale a opção correta.

- (A) A entrevista é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo.
- (B) O cinegrafista deve desenvolver a compreensão da imagem, lembrando-se da regra que a imagem e a palavra andam juntas.
- (C) O contraplano é o recurso para mostrar o repórter fazendo a pergunta para o entrevistado.
- (D) O repórter deve obter do entrevistado respostas longas que satisfaçam às indagações da pauta.
- (E) Nas suítes, não é necessário rememorar os acontecimentos.

QUESTÃO 7

De acordo com Farias (2011), como é denominada a peça que servia de complemento informativo, uma espécie de roteiro distribuído antes das entrevistas coletivas e atos formais, para facilitar o trabalho dos jornalistas?

- (A) Clipping.
- (B) Sugestão de pauta.
- (C) Nota oficial.
- (D) Press release.
- (E) Open House.

QUESTÃO 8

De acordo com Martino (2014), os estudos de produção de notícias, _____, dedicam-se a identificar os caminhos e regras usadas pelos meios de comunicação para enquadrar, isto é, organizar, um determinado evento. Em outras palavras, como a mídia conta uma história. A maneira como uma história é relatada lhe dá um determinado sentido, e fornece ao leitor/telespectador algumas direções de como a mensagem deve ser entendida. Marque a opção correta de acordo com o autor.

- (A) O gatekeeper.
- (B) O newsmaking.
- (C) O efeito do enquadramento.
- (D) O agendamento.
- (E) O modelo em espiral de dance.

QUESTÃO 9

Duarte (2011), no capítulo 15 sobre publicações jornalísticas, apresenta os principais veículos jornalísticos empresariais e suas características. Desse modo, assinale a opção que apresenta as características corretamente correlacionadas ao veículo.

- (A) Informativo/Boletim - circula em intervalo longo e deve ser distribuído sem distinção.
- (B) Informativo Digital - tem sido cada vez mais utilizado, chegando, em muitos casos, a substituir os impressos.
- (C) Jornal - tem custo baixo por demandar impressão de qualidade e distribuição física.
- (D) Newsletter - publicação sobre tema específico, dirigido a um público indeterminado.
- (E) Mural - tem produção mais sofisticada, com maior número de páginas e variedade de gêneros.

QUESTÃO 10

No Dicionário de Comunicação (2014), o autor Ciro Marcondes Filho propõe a tipologia da reportagem. Com base nesse conceito, como é denominada a reportagem que faz a interface com a sociologia e as novas tecnologias da informação?

- (A) Reportagem Informativa.
- (B) Reportagem Interpretativa.
- (C) Reportagem Literária.
- (D) Reportagem de Ideias.
- (E) Reportagem de Precisão.

QUESTÃO 11

De acordo com Rêgo (Apud BUENO, 2015), no ambiente das mídias sociais, a visibilidade empresarial torna-se difusa e as questões relativas à imagem e à reputação ganham projeção sempre que algum evento, seja acidente, incidente ou comportamento negativo, surge como novidade e se transforma, muitas vezes, em notícia. Nesse sentido, é correto afirmar que:

- (A) As redes sociais apresentam riscos para as imagens empresariais quer as empresas possuam ou não perfis virtuais, portanto, se fazer presente é primordial.
- (B) É possível fugir das redes sociais já que estas se configuram como uma segunda biosfera, nas quais podemos encontrar ou não fiéis e potenciais clientes.
- (C) A ausência de redes sociais beneficiará somente as empresas que desejam manter-se longe de críticas e anúncios.
- (D) É primordial abrir um canal de relacionamento indireto para receber elogios, críticas e denúncias.
- (E) As redes sociais não apresentam riscos para a imagem empresarial, já que é um espaço democrático que pode potencializar a divulgação e consumo dos serviços e pode ser utilizado como uma ferramenta de gerenciamento de imagem e reputação.

QUESTÃO 12

De acordo com Barbeiro e Lima (2013), qual profissional escolhe as reportagens que vão ao ar e, em última análise, responde pelos erros e acertos do programa, bem como faz uma avaliação crítica da qualidade das matérias produzidas?

- (A) Chefe de jornalismo.
- (B) Editor-chefe.
- (C) Apresentador.
- (D) Pauteiro.
- (E) Produtor.

QUESTÃO 13

Segundo Barbeiro (2015), existem alguns parâmetros que devem ser exigidos do jornalista, seja ele um iniciante ou uma grande estrela. Um destes parâmetros é que o jornalista tem o dever moral e ético de guardar um *off*, podendo divulgar o nome da fonte na seguinte situação:

- (A) a fonte morreu.
- (B) a fonte mentiu.
- (C) a fonte é vítima do fato.
- (D) a fonte divulgou os fatos antes do jornalista nas redes sociais.
- (E) a fonte ameaça o jornalista.

QUESTÃO 14

No Manual do Foca, Jorge (2018) fornece alguns conselhos para uma boa entrevista. Assim, assinale a opção que NÃO apresenta um desses conselhos.

- (A) Apresente-se, identificando o veículo e dizendo a razão da entrevista. Seja pontual.
- (B) Frequentemente, o repórter só pode fazer uma pergunta. Seja objetivo, vá direto ao ponto.
- (C) Siga o rumo da entrevista, mas não se distancie daquilo que quer obter.
- (D) Concentre-se no que quer obter do entrevistado. Tente conquistar a confiança depois de fazer perguntas delicadas.
- (E) Registre o clima da conversa - gentileza, amizade, franqueza, cordialidade ou, ao contrário, animosidade, rispidez.

QUESTÃO 15

Em sua obra "Manual de Redação e Estilo para Mídias Convergentes", Squarisi (2011) define cinco mandamentos da notícia on-line. Com base nessas informações, analise as afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- I- Começar o parágrafo com partículas de transição (aliás, além disso, a propósito, no entanto, porém).
- II- Valorizar a esquerda da tela.
- III- A redundância é valorizada.
- IV- Não abra a matéria com história ou declaração de personagens.

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

QUESTÃO 16

“Um jornalista liga para você e duas sensações prevalecem: euforia, dada a possibilidade de aparecer na mídia, e o terror de enfrentar um ser desconhecido. Os dois extremos são perigosos. De um lado, o ego fica incontrolável diante da possibilidade de virar celebridade, ainda que para muitos por apenas 15 minutos. De outro, há o risco de uma reportagem ser desfavorável à sua empresa porque você se recusou a falar com o jornalista”. Dentro desse contexto, segundo Barbeiro (2015), assinale a opção INCORRETA.

- (A) A imprensa representa parte da sociedade e por isso precisa ser atendida.
- (B) Jamais diga que não pode falar com ele (jornalista). Veja a pauta com calma e, se for um assunto de sua área, combine com sua assessoria.
- (C) O jornalista, quando faz uma investigação, não busca apenas notícias negativas, mas as que avalia serem de interesse da linha editorial.
- (D) Sempre que o jornalista o procurar, acione imediatamente a assessoria de imprensa.
- (E) Fontes acessíveis são mais respeitadas. Não se deve tentar enganar o jornalista, pois, se ele descobrir, o resultado vai ser dos piores para organização e para a marca.

QUESTÃO 17

Segundo Pena (2013), sobre a Teoria Organizacional, é correto afirmar que:

- (A) Leva em consideração critérios como noticiabilidade e valores-notícia.
- (B) Sua base é a ideia de que o jornalismo reflete a realidade.
- (C) É um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal.
- (D) Defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa.
- (E) O jornalista, então, acaba socializado na política editorial da organização através de uma lógica de recompensas e punições.

QUESTÃO 18

De acordo com Ferraretto (2014) na obra "Rádio: teoria e prática", qual das características abaixo são consideradas essenciais para um bom repórter:

- (A) O bom repórter confia na memória.
- (B) Em todos os casos, grave uma conversa sem que outra pessoa saiba disso.
- (C) No contato com a fonte, saiba que respeito não significa subserviência.
- (D) Nas matérias por ele produzidas, é indispensável a comparação com o que as rádios concorrentes informam.
- (E) O primeiro passo no cotidiano do repórter é testar seu celular e ou gravador, verificando a carga das baterias.

QUESTÃO 19

Com base em Sodré e Ferrari (Apud JORGE, 2018), "o ato de resumir as ideias ao mínimo necessário, descartando o supérfluo e utilizando palavras indispensáveis e justas para a ocasião", refere-se corretamente a qual opção abaixo?

- (A) Brevidade.
- (B) Clareza.
- (C) Simplicidade.
- (D) Concisão.
- (E) Precisão.

QUESTÃO 20

Analise o trecho abaixo.

“Trata-se de um claro esforço de “pegar” o leitor pelo sentido visual, alimentando-o de estímulos a que praticamente todo o mundo ocidental - pelo menos - está atrelado no exercício da percepção”.

Com relação às variações de lide apresentados por Pena (2013), assinale a opção que apresenta a denominação da variação de lide supracitada.

- (A) Lide descritivo.
- (B) Lide explicativo.
- (C) Lide de apelo direto.
- (D) Lide circunstancial.
- (E) Lide clássico.

QUESTÃO 21

Com relação às redes de comunicação que permeiam o sistema organizacional citadas por Torquato (2015), assinale a opção correta.

- (A) A rede informal comporta todas as manifestações oficialmente enquadradas na estrutura da organização e legitimadas pelo poder burocrático.
- (B) A rede formal abriga as manifestações espontâneas da coletividade, incluindo a famosa rede de boatos, que é estruturada a partir da cadeia sociológica dos grupinhos.
- (C) Não se deve combater nem ignorar a rede informal, porque a oposição pode apenas encorajar o informal contra o formal.
- (D) As redes formais e informais não persistem no sistema organizacional, levando a ideia de serem ultrapassadas.
- (E) Quatro redes permeiam o sistema organizacional: rede formal, rede informal, rede básica e rede complexa.

QUESTÃO 22

Na obra "Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada", Kunsch (2003) aborda a questão das organizações, que, para viabilizar a comunicação com os mais diferentes públicos, se valem de diversos meios ou veículos. Diante disso, com base na classificação de Charles Redfield (apud KUNSCH, 2003) e suas devidas adaptações, assinale a opção correta.

- (A) Meios orais indiretos são conversas, diálogos, entrevistas, reuniões, palestras, encontros com o presidente face a face.
- (B) Meios escritos são representados por mapas, diagramas, pinturas, fotocópias, desenhos, ideografias, entre outros.
- (C) Meios simbólicos são insígnias, bandeiras, luzes, flâmulas, sirenes, sinos e outros sinais que se classificam tanto como visuais quanto auditivos.
- (D) Meios escrito-pictográficos são constituídos principalmente por vídeos institucionais, de treinamentos e outros, telejornais, televisão corporativa, clipes eletrônicos, documentários, filmes etc.
- (E) Meios audiovisuais se valem da palavra escrita e da ilustração, são eles: cartazes, gráficos, diplomas e filmes com legenda.

QUESTÃO 23

Segundo Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015), as funções primárias do layout são: guiar a atenção do leitor para o exato ponto de partida e, daí, levá-lo pelo anúncio, na sequência desejada. Qual a função primordial do layout?

- (A) Atrair a atenção e manter o interesse.
- (B) Dirigir a vista do leitor de modo fácil e reforçar o interesse.
- (C) Criar atmosfera atrativa e estimular a ação.
- (D) Atrair a vista e dirigi-la de forma adequada.
- (E) Embelezar a peça e torná-la mais atrativa.

QUESTÃO 24

De acordo com Forni (2019), as empresas preocupam-se logo com a mídia, com repercussões do governo, nos órgãos fiscalizadores e esquecem o público interno. Segundo o autor, quais são os principais porta-vozes e formadores de opinião da organização?

- (A) CEO'S.
- (B) Acionistas.
- (C) Equipe de comunicação.
- (D) Diretores.
- (E) Empregados.

QUESTÃO 25

No geral, tanto na Europa quanto nos EUA ou na Ásia a multimídia parece estar mantendo, mesmo em seu estágio inicial, um padrão social/cultural que apresenta certas características. De acordo com Castells (2017), no livro "A Sociedade em Rede", é uma característica da multimídia:

- (A) Aproximação social e cultural.
- (B) Decrescente estratificação social entre os usuários.
- (C) Integração de todas as mensagens em um padrão cognitivo comum.
- (D) Captação da minoria das expressões culturais em parte de sua totalidade.
- (E) Pouca segmentação dos usuários / espectadores / leitores / ouvintes.

QUESTÃO 26

Em relação à entrevista, coloque verdadeiro (V) ou falso (F) para as ideias defendidas por Medina (Apud JORGE, 2018) e assinale a opção correta.

- () Na entrevista investigativa, usam-se frequentemente meios diretos de averiguação e aproveitam-se muitos *offs*.
- () Na entrevista conceitual, o entrevistado procura ouvir os dois lados da questão.
- () Na enquete, o entrevistador também pode colocar a polêmica ao entrevistado, o que pressupõe estar preparado para argumentar e contrapor dados.
- () A enquete, também conhecida como "o povo fala", consiste em formular apenas uma ou duas perguntas para várias pessoas.

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

QUESTÃO 27

Analise o conceito abaixo.

"É uma das atividades mais típicas de uma assessoria de imprensa. Consiste em identificar sistemática e rotineiramente na imprensa as citações sobre a organização ou temas previamente determinados, organizá-las, avaliá-las e encaminhar ou deixar à disposição para conhecimento dos interessados."

De acordo com Duarte (2011), assinale a opção que se refere corretamente ao conceito supracitado.

- (A) Concursos.
- (B) Clipping.
- (C) Brindes.
- (D) Briefing.
- (E) Entrevistas coletivas.

QUESTÃO 28

Segundo Ferraretto (2014), como é denominado o tipo de entrevista para rádio que procura extrair informações do entrevistado, objetivando a narrativa de um fato?

- (A) Entrevista noticiosa.
- (B) Entrevista coletiva.
- (C) Entrevista de opinião.
- (D) Entrevista com personalidade.
- (E) Entrevista de grupo ou enquete.

QUESTÃO 29

De acordo com Torquato (2015), a área de jornalismo empresarial atinge as seguintes atividades, tarefas e produtos jornalísticos, EXCETO:

- (A) Preparação de *papers* especializados para o *top* executivo.
- (B) Preparação de textos para os relatórios anuais da organização, destinados aos acionistas e a entidades governamentais, empresariais e financeiras.
- (C) Preparação de textos para peças promocionais internas e externas.
- (D) Acompanhamento das entrevistas do corpo executivo com os meios de comunicação.
- (E) Contato entre produtores e consumidores por meio de distribuidores e dos *mass media*.

QUESTÃO 30

De acordo com Bueno (2015), o que amplifica a percepção individual e coletiva dos ativos intangíveis das organizações, em especial propagando sua imagem, sua reputação e suas marcas?

- (A) Telejornal.
- (B) Mídia impressa.
- (C) Estratégia de comunicação.
- (D) Mídias sociais.
- (E) Assessoria de imprensa.

QUESTÃO 31

Segundo Barbeiro (2015), é necessário tomar muito mais cuidado nas entrevistas coletivas. Se forem desorganizadas, o entrevistado fica em posição difícil e tem mais chances de se sair mal. Dentro desse contexto, assinale a opção correta.

- (A) Alguns jornalistas têm mais pressa do que outros e podem ser atendidos em primeiro lugar, mas depois da explanação inicial da fonte.
- (B) Pode haver um debate ou querela com o jornalista. Mesmo que aconteça um tumulto não se deve perder a oportunidade de responder imediatamente.
- (C) Material com o conteúdo do tema é um bom ponto de apoio e deve ser distribuído durante a coletiva.
- (D) O entrevistado deve ser reativo e esperar as perguntas desconfortáveis. Deve também dar a sua versão dos fatos depois das perguntas do jornalista.
- (E) O entrevistado só responde questões durante a coletiva. Não se deve falar com nenhum repórter em particular antes da coletiva, somente após a entrevista.

QUESTÃO 32

De acordo com Forni (2019), o século XXI viu a ameaça letal de informações em uma escala sem precedentes. Novas e poderosas tecnologias simplificam a manipulação e a fabricação de conteúdo, e as redes sociais ampliam dramaticamente falsidades propagadas, as famosas *fake news*. Uma pesquisa realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), nos EUA, sobre a força das *fake news*, concluiu que:

- (A) As *fake news*, no *Twitter*, têm uma probabilidade 70% maior de serem compartilhadas do que a informação verdadeira.
- (B) As notícias verdadeiras chegam aos usuários até 20 vezes mais rápido do que o conteúdo factual.
- (C) Os robôs são mais propensos a espalhar notícias falsas do que os usuários reais.
- (D) As gerações mais jovens têm quatro vezes mais probabilidade de compartilhar *fake news* no *Facebook* do que as pessoas mais velhas.
- (E) Enquanto uma postagem falsa atinge, em média, mil pessoas, a postagem verdadeira pode chegar a 100 mil.

QUESTÃO 33

Faustino (2019) afirma ter realizado milhares de testes com anúncios no Instagram para publicações suas e dos seus clientes, chegou à conclusão de que os anúncios no *feed* servem essencialmente para _____ enquanto os anúncios nos *stories* geram _____.

Assinale a opção que completa corretamente as lacunas da sentença abaixo.

- (A) Visibilidade da marca/ elevado nível de interação
- (B) Interação com o público/ visibilidade da marca
- (C) Posicionamento de marca e notoriedade/ vendas diretamente
- (D) Vendas diretamente/ visibilidade da marca
- (E) Impulsionar número de seguidores/ visibilidade da marca

QUESTÃO 34

Segundo Forni (2019), assinale a opção que apresenta as três palavras implícitas na boa comunicação de crise.

- (A) Velocidade, atratividade e confiabilidade.
- (B) Abertura, velocidade e inteligibilidade.
- (C) Atratividade, confiabilidade e abertura.
- (D) Inteligibilidade, confiabilidade e imediatismo.
- (E) Veracidade, velocidade e confiabilidade.

QUESTÃO 35

As mídias sociais fazem parte do plano de resposta de comunicação da crise. Segundo Forni (2019), qual é o papel das mídias sociais durante uma crise?

- (A) Reagir e responder aos questionamentos dos usuários.
- (B) Bloquear comentários indesejados.
- (C) Defender a reputação organizacional.
- (D) Atender a demanda do usuário com imediatismo.
- (E) Divulgar o posicionamento da organização diante dos fatos.

QUESTÃO 36

Segundo Duarte (2011), as visitas constituem eficiente meio de aproximar jornalistas da organização. Assim, assinale a opção correta.

- (A) O ideal é não programar, e sim realizar as visitas em um dia aleatório.
- (B) Um programa para receber jornalistas nas organizações busca uma veiculação imediata da notícia. Essa é a regra.
- (C) Quando as visitas são realizadas com certa rotina, costumam receber o nome de Dia da Imprensa ou *Press Day*.
- (D) É importante agir sem roteiro, visando apenas o interesse do veículo de comunicação.
- (E) É irrelevante o interesse do jornalista bem como a informação à disposição.

QUESTÃO 37

Segundo Bueno (2015), existem ambientes ou modelos de interação que se consolidaram recentemente, e cujas características ainda não são suficientemente conhecidas pelas organizações e seus gestores. Nesse contexto, a gestão da comunicação nas mídias sociais ainda ocorre, predominantemente, de forma:

- (A) Estratégica e amadora.
- (B) Amadora e unidirecional.
- (C) Intuitiva e amadora.
- (D) Institucional e abrangente.
- (E) Coletiva e intuitiva.

QUESTÃO 38

Com base em Duarte (2011), coloque F (falso) ou V (verdadeiro) nas afirmativas abaixo, em relação à Assessoria e Consultoria de Imprensa e assinale a opção correta.

- () A difusão em larga escala de releases é uma decisão acertada das assessorias de imprensa.
- () A rotatividade nas redações não leva à atualização do *mailing*.
- () Muitos assessores telefonam para confirmar o recebimento do release ou o encaminhamento do assunto na redação.
- () O *timing* do assessor é fundamental. Um tema que esteja na agenda dos veículos pode ser explorado se for possível estabelecer algum tipo de relação com a organização.
- () Às quartas-feiras e feriados há maior dificuldade de as redações fecharem o espaço editorial e, portanto, maior oportunidade para aproveitamento.

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

QUESTÃO 39

A fonte é a pessoa que tem a informação para dar. Assim, de acordo com Barbeiro (2015), assinale a opção correta.

- (A) A entrevista corporativa de sucesso é aquela em que a fonte consegue colocar o mínimo possível de *key messages* na reportagem.
- (B) A fonte ideal é aquela que acumula reputação, credibilidade e clareza para o interesse público.
- (C) Se alguém quiser se tornar uma fonte permanente de notícias, não deve esquecer-se nunca de manter transparência, originalidade e humildade.
- (D) As fontes fornecem muito mais notícias em *on* do que em *off*.
- (E) Os jornalistas procuram as fontes também porque elas conhecem em profundidade os assuntos de interesse específico e são capazes de falar sobre detalhes em geral.

QUESTÃO 40

Jonathan Bernstein (Apud FORNI, 2019), um dos principais especialistas em gerenciamento de crises dos Estados Unidos, com base em sua experiência afirma que:

- (A) As crises são 100% previsíveis.
- (B) As crises são um elemento surpresa.
- (C) As crises são 95% previsíveis.
- (D) A maioria das crises são contornáveis.
- (E) Apenas 20% das crises são previsíveis.

QUESTÃO 41

Para Squarisi (2011), "as repetições de sons, palavras ou estruturas transmitem a impressão de inexperiência, descuido e pobreza de vocabulário. Existem formas de evitá-las". Assim, assinale a opção que apresenta o elemento do estilo supracitado.

- (A) Advérbios informativos.
- (B) Adjetivos denotativos.
- (C) Forma positiva.
- (D) Vocábulos concretos.
- (E) Diversidade.

QUESTÃO 42

Merton e Lazarsfeld (Apud MARTINO, 2014) identificaram três principais funções da mídia na sociedade, inseridas no livro "Teoria da Comunicação". Assinale a opção que apresenta tais funções.

- (A) Função de divulgação, função de estímulo e disfunção narcotizante.
- (B) Função de entretenimento, função de reforço cultural e disfunção narcotizante.
- (C) Função de conferir e garantir status, função de reforço das normas sociais e disfunção narcotizante.
- (D) Função de tornar público, função de denunciar e função de garantir status.
- (E) Função de reforço das normas sociais, função de divulgação e estímulo e função de garantir status.

QUESTÃO 43

Embora sejam muitas vezes usados como sinônimos, há algumas diferenças significativas entre memes e virais. Nos dois casos, trata-se de elementos que podem se espelhar nos ambientes virtuais. De acordo com Martino (2014), quais são os fatores de sucesso dos virais?

- (A) Potencial de imitação, enigma e vínculo de grupo.
- (B) Prestígio, posicionamento e enigma.
- (C) Posicionamento, alta carga emocional e potencial de imitação.
- (D) Prestígio, posicionamento e alta carga emocional.
- (E) Enigma, posicionamento e alta carga emocional.

QUESTÃO 44

No livro "Propaganda: teoria, técnica e prática", Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015) listam diversos tipos de campanhas. Como é denominada a campanha que ressalta as características do produto em seus principais pontos de venda, porém sempre abrangendo conceitos de marca, qualidade, diferenciais, aplicações e vantagens de uso, mas tende a não usar o apelo econômico de ofertas e descontos?

- (A) Campanha de relançamento.
- (B) Campanha de vendas.
- (C) Campanha de sustentação.
- (D) Campanha promocional.
- (E) Campanha de lançamento.

QUESTÃO 45

João de Deus Corrêa (Apud PENA, 2013) propõe alguns modelos de gênero de reportagem. Assim, qual desses gêneros de reportagem aproveita a dramaticidade de um fato e aprofunda seu conhecimento, abrindo novas áreas de contexto, entendimento de causas e efeitos?

- (A) Reportagem monotemática.
- (B) Reportagem de fatos.
- (C) Reportagem de ação.
- (D) Reportagem documental.
- (E) Reportagem polêmica.

QUESTÃO 46

Segundo Paraventi (apud FARIAS, 2011), quais canais representam um salto qualitativo na busca da proximidade das comunicações e do engajamento dos públicos, bem como na democratização e distribuição de conteúdo de forma simultânea a diversos públicos?

- (A) TV e rádio.
- (B) Podcast e newsletter.
- (C) Mídias Sociais e rádio.
- (D) TV e mídias sociais.
- (E) Microblogs (twitter) e rádio.

QUESTÃO 47

Segundo Neves (2002), a crise empresarial com a opinião pública é composta por quatro elementos. Qual das opções abaixo é um desses elementos?

- (A) O treinamento constante de porta-vozes.
- (B) Interesses não afetados.
- (C) Públicos não relacionados à instituição.
- (D) Repercussão negativa junto à opinião pública.
- (E) Competição desenfreada entre os jornalistas pela notícia, pelo furo.

QUESTÃO 48

De acordo com Forni (2019), a crise quase sempre representa também um passivo de imagem, um arranhão na reputação. Dependendo da dimensão, mesmo em crises bem gerenciadas, o impacto negativo pode ser tão forte que afeta definitivamente a reputação. Nesse contexto, assinale a opção que NÃO apresenta a definição do conceito de crise.

- (A) Uma ruptura na normalidade da organização; uma ameaça real ao negócio, à reputação e ao futuro de uma corporação ou de um governo.
- (B) Crises frustram as expectativas dos *stakeholders* e têm efeito deletério perverso, por exigir energia para gerenciá-las, que poderia ser empregada para obter resultados e não para apagar incêndios.
- (C) A crise tem tendência a aumentar de intensidade, levando a uma pressão da mídia ou dos órgãos de fiscalização, grupos ativistas ou políticos.
- (D) Envolve interrupção súbita das operações normais, causada por falha, acidente técnico, aumento inesperado da demanda, revolta de empregados ou, até mesmo, desastres naturais.
- (E) A crise exhibe duas características bem definidas: ameaça e pressão do tempo.

QUESTÃO 49

De acordo com Forni (2019), assinale a opção que completa corretamente as lacunas da sentença abaixo.

"As empresas devem ter cuidado, porque existem alguns momentos no timing da crise propícios aos erros. Principalmente, na hora de redigir, aprovar e divulgar os comunicados de crise. Um dos principais entraves é _____ e _____".

- (A) Demora na redação/ aprovação
- (B) Apuração dos fatos/ divulgação
- (C) Checagem das informações/ redação
- (D) Identificar o porta-voz/ definir a mensagem
- (E) Aprovação do texto/ divulgação

QUESTÃO 50

A propaganda precisa ser afinada com as tendências sociais e com as motivações humanas para ter chance de sucesso. Sant'Anna, Rocha Júnior e Garcia (2015) listam as principais fontes psíquicas que engendram a motivação e nos mostram as características que movem a uma determinação. De acordo com a visão desses autores, assinale a opção correta.

- (A) Instintos de nutrição/ parâmetros sociais/ desejo de prestígio/ psicose mental/ bem-estar.
- (B) Sociabilidade/ instintos de nutrição/ ressentimento/ psicose social/ motivação.
- (C) Hábito social/ reação de inferioridade/ parâmetros socioeconômicos/psicose social/ psicose mental.
- (D) Psicose social/ reação de inferioridade/ hábito social/ desejo de prestígio/ instintos de nutrição.
- (E) Parâmetros socioeconômicos/ instintos de inferioridade/ bem-estar/ psicose mental/ motivação.

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 e escrita em letra legível. Caso seja utilizada letra de forma (caixa alta), as letras maiúsculas deverão receber o devido realce. Deverá ter, no mínimo, 20 linhas contínuas, considerando o recuo dos parágrafos, e no máximo 30 linhas. Não poderá conter qualquer marca identificadora ou assinatura no espaço destinado à redação, o que implicará a atribuição de nota zero à redação;
- 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 e de material transparente 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 **120 minutos**.
- 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
 - e) cometer ato grave de indisciplina.
- 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 - Será autorizado ao candidato levar a prova ao final do tempo previsto de realização do concurso. Ressalta-se que o caderno de prova levado pelo candidato é de preenchimento facultativo, e não será válido para fins de recursos ou avaliação.
- 14 - O candidato que não desejar levar a prova está autorizado a transcrever suas respostas, dentro do horário destinado à solução da prova, no modelo de gabarito impresso no fim destas instruções. É proibida a utilização de qualquer outro tipo de papel para anotação do gabarito.
- 15 - O candidato somente poderá destacar o modelo de gabarito na presença do fiscal e após terminar a prova. Caso o modelo de gabarito seja destacado sem a presença do fiscal, o candidato será eliminado.

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