

**MARINHA DO BRASIL**  
**SERVIÇO DE SELEÇÃO DO PESSOAL DA MARINHA**

*Concurso Público para ingresso no Quadro Técnico do  
Corpo Auxiliar da Marinha  
CP-T/2024*

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

**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### QUESTÃO 1

A "triade do valor para o cliente", segundo Kotler e Keller (2019), é uma combinação de:

- (A) qualidade, marca e preço.
- (B) marca, serviço e preço.
- (C) valor, serviço e custo.
- (D) qualidade, serviço e preço.
- (E) marca, embalagem e preço.

### QUESTÃO 2

Baran (*apud* Martino, 2015), lançou, em 1962, os princípios básicos para o desenvolvimento da internet, e, embora a noção de "rede" já existisse, notou um problema crucial nos dois tipos principais de rede de sua época. Assinale a opção que apresenta a solução denominada pelo autor.

- (A) Redes cooperativas.
- (B) Redes integradas.
- (C) Redes centralizadas.
- (D) Redes descentralizadas.
- (E) Redes distributivas.

### QUESTÃO 3

De acordo com Cipriani (2014), o fator consolidador e viral da internet acabou deixando a promoção ou condenação de uma marca muito mais:

- (A) evidente.
- (B) duvidosa.
- (C) discreta.
- (D) distante.
- (E) superficial.

### QUESTÃO 4

Sobre publicações internas (ex.: jornais, revistas, boletins), assinale a opção correta, de acordo com Torquato (2015).

- (A) Servem apenas ao fluxo de comunicação descendente.
- (B) Devem servir ao fluxo horizontal, mas não ao descendente e ascendente.
- (C) É o único veículo de comunicação que traz mensagens cujas fontes podem ser os próprios funcionários.
- (D) Trazem mensagens que não interessam às famílias, mas apenas ao trabalhador.
- (E) Matérias educativas e associativas não devem abranger esse tipo de publicação.

### QUESTÃO 5

Segundo Barbeiro e Lima (2013), a reportagem tem algumas técnicas gerais que se aplicam a todas as plataformas pelas quais o jornalismo se propaga. No entanto, há uma maior complexidade quando existe o uso da imagem para a construção de uma história. A esse respeito, assinale a opção correta.

- (A) O repórter, no início da matéria, grava o *off* e encaminha um breve relatório para a chefia de reportagem e para o editor.
- (B) Por uma característica própria do veículo eletrônico, as reportagens ao vivo reproduzem sempre o som ambiente, pois isso dá o clima do acontecimento.
- (C) É fundamental que, ao escrever o *off*, o texto seja preciso, culto e conciso. Em caso de dúvida, o repórter deve pedir ajuda ao editor para confirmar uma informação.
- (D) O *close* é um recurso muito utilizado para mostrar o repórter fazendo a pergunta para o entrevistado.
- (E) É preciso redigir frases que expliquem com exatidão o que as imagens estão mostrando.

### QUESTÃO 6

Qualquer empresa, independentemente de tamanho, ramo de atividade, origem ou reputação, pode vir a enfrentar problemas. Segundo Neves (2002), as crises empresariais com a opinião pública são:

- (A) imprescindíveis e benéficas.
- (B) imprevisíveis e necessárias.
- (C) inevitáveis e profundas.
- (D) prejudiciais e incontornáveis.
- (E) evitáveis e administráveis.

### QUESTÃO 7

O evento é um acontecimento e, no contexto das Relações Públicas, deve ser considerado uma atividade planejada, coordenada e organizada, que visa atingir objetivos preestabelecidos, claros e definidos. Segundo Kunsch (2003), há três tipos de atividades principais que envolvem o planejamento, a organização e a execução dos eventos, são elas:

- (A) estimativa de custos, ação recomendada e avaliação de resultados.
- (B) organização, produção de material informativo e divulgação.
- (C) mapeamento, identificação dos públicos e análise.
- (D) definição dos objetivos, estabelecimento de estratégias e detalhamento de tarefas.
- (E) pesquisa, reconhecimento de necessidades e execução.

### QUESTÃO 8

Segundo Kotler e Keller (2019), alguns clientes têm necessidades das quais não estão plenamente conscientes ou que não conseguem expressar. São tipos de necessidade, EXCETO:

- (A) necessidades de "algo mais".
- (B) necessidades declaradas.
- (C) necessidades reprimidas.
- (D) necessidades não declaradas.
- (E) necessidades secretas.

### QUESTÃO 9

Para Kotler e Keller (2019), a pesquisa mais válida do ponto de vista científico é a pesquisa:

- (A) experimental.
- (B) comportamental.
- (C) por observação.
- (D) etnográfica.
- (E) por *focus group*.

### QUESTÃO 10

Segundo Squarisi (2011), como se denomina o texto curto, em destaque, com informação adicional sobre o tema?

- (A) Olho.
- (B) Retranca.
- (C) Quadro.
- (D) Linha do tempo
- (E) Insert.

### QUESTÃO 11

Para Jenkins (2009), uma história que se desenrola através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo, é uma história:

- (A) convergente.
- (B) cibercultural.
- (C) digital.
- (D) transmídia.
- (E) coletiva.

### QUESTÃO 12

Com relação ao telejornalismo, assinale a opção INCORRETA, segundo Pena (2013).

- (A) No telejornal, há a constante tentativa de manter o fato no presente, mesmo que ele tenha acontecido pela manhã e o veículo mostre a reportagem à noite.
- (B) O telejornal é uma polifonia de vozes. Uma apresentação de corpos que reportam imagens.
- (C) Embora o texto seja amplamente valorizado no telejornalismo, é a imagem que vai dar o verdadeiro significado da informação.
- (D) Cada vez mais, os telejornais pautam as conversas entre os cidadãos e, até mesmo, a própria agenda dos poderes públicos.
- (E) A notícia é produzida para ser consumida como um grande "lidão". Mas o lide é subvertido, pois não há preocupação com o fato mais importante, e sim com o mais sedutor ou dramático.

### QUESTÃO 13

As seis maneiras claras e diferentes de contrastar a tipologia, de acordo com Williams (1995), são:

- (A) serifa, estilo, estrutura, forma, direção e cor.
- (B) tamanho, peso, estrutura, forma, serifa e cor.
- (C) tamanho, peso, estrutura, forma, direção e cor.
- (D) tamanho, ângulo, peso, estrutura, forma, e cor.
- (E) tamanho, peso, estrutura, forma, direção e espessura.

#### QUESTÃO 14

Com relação aos termos utilizados nas mídias digitais, segundo Flew (*apud* Martino, 2015), correlacione os conceitos às suas respectivas definições e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

##### CONCEITOS

- I- Ciberespaço
- II- Interatividade
- III- Virtualidade
- IV- Ubiquidade
- V- Convergência

##### DEFINIÇÕES

- ( ) Presença, em todos os lugares, de mídias digitais conectadas em rede, estabelecendo conexões em qualquer espaço e tempo.
- ( ) Integração entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, bem como de produtos, serviços e meios na internet.
- ( ) Dados de mídias digitais existem de maneira independente de ambientes físicos, podendo se desenvolver livres, a princípio, de qualquer barreira desse tipo.
- ( ) Interferência e interação entre usuários, ou usuários, programas e conteúdos, em diferentes níveis e formas, nos sistemas de comunicação digital em rede.
- ( ) Espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; virtual por ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos.

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

#### QUESTÃO 15

Examine o trecho abaixo:

"Você que vai votar amanhã, siga o conselho do presidente do Tribunal Eleitoral: leve seus documentos de identificação pessoal..."

Pena (2013) apresenta algumas variações estilísticas de lídes que frequentemente ocorrem no jornalismo diário. Assim, qual tipo de líde é apresentado no trecho acima?

- (A) De apelo direto.
- (B) Apelativo.
- (C) Circunstancial.
- (D) Clichê.
- (E) Explicativo.

#### QUESTÃO 16

Duarte (2011) apresenta alguns dos aspectos que precisam ser contemplados para se operacionalizar uma estratégia em assessoria de imprensa. Um deles diz respeito à forma de dividir o todo em partes. No caso da assessoria de imprensa, dividir o universo de veículos e profissionais e agrupá-los, de acordo com os objetivos das ações planejadas, também obedecendo a critérios geográficos. Esse aspecto é denominado pelo autor como:

- (A) atuação proativa, preventiva e reativa.
- (B) segmentação e regionalização.
- (C) *mailling* de imprensa.
- (D) identificação e caracterização dos veículos/jornalistas.
- (E) embargo.

#### QUESTÃO 17

No contexto das organizações, Kunsch (2003) propõe um roteiro que se baseia nas quatro etapas básicas do processo de Relações Públicas, são elas:

- (A) pesquisa, planejamento, implantação e avaliação.
- (B) estudo, formulação de alternativas, seleção e divulgação.
- (C) levantamento de informações e dados, formulação da situação, análise dos objetivos e acompanhamento.
- (D) definição dos problemas, estabelecimento dos objetivos e metas, comunicação e avaliação.
- (E) definição dos objetivos, seleção dos públicos, execução e acompanhamento.

#### QUESTÃO 18

Com relação à comunicação nas organizações, o planejamento estratégico e sistêmico da comunicação passa a considerar, de acordo com Torquato (2015):

- (A) Evitar focar a comunicação para prioridades.
- (B) Tornar assimétricos o marketing institucional e o marketing comercial.
- (C) Valorizar os programas de comunicação formal e coibir os de comunicação informal.
- (D) Adotar a estratégia *low-profile* e não assumir riscos.
- (E) Acreditar na comunicação como um poder organizacional.

### QUESTÃO 19

Wiener (*apud* Martino, 2015) refere-se ao fluxo contínuo de informações e respostas trocadas entre os elementos de um sistema na coordenação de suas ações. Essa é a noção de:

- (A) cultura participatória.
- (B) feedback.
- (C) emissão.
- (D) recepção.
- (E) interface.

### QUESTÃO 20

O Código de Ética do jornalista fixa as normas às quais o profissional deverá subordinar-se em sua atuação nas relações com a comunidade, com as fontes de informação e com os outros jornalistas. De acordo com as normas previstas no código citado, assinale a opção correta.

- (A) É dever do jornalista resguardar a origem e a identidade das suas fontes de informação, em qualquer situação.
- (B) A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade não deve ser considerada uma obrigação social.
- (C) O jornalista deve pugnar pelo exercício da soberania nacional, em seus aspectos político, econômico e social, e pela prevalência da vontade da maioria da sociedade, respeitados os direitos das minorias.
- (D) O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, mesmo que seu trabalho tenha sido alterado por terceiros.
- (E) Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista pode aceitar ofertas de trabalho ainda que em desacordo com o piso salarial da categoria ou com a tabela fixada pelo Conselho Regional de Jornalismo.

### QUESTÃO 21

Para gerenciar crises empresariais com a opinião pública, segundo Neves (2002), é mandatório ter:

- (A) visibilidade e liderança.
- (B) investimento e pessoal.
- (C) tempo e profissionalismo.
- (D) experiência e agilidade.
- (E) credibilidade e planejamento.

### QUESTÃO 22

Considerando o abordado por Sant'anna, Rocha Júnior e Garcia (2015) sobre o conceito de comunicação de massa, coloque verdadeiro (V) ou falso (F) nas afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- ( ) Não é simplesmente um sinônimo de comunicação por intermédio de rádio, TV ou qualquer outra técnica moderna.
  - ( ) Tradicionalmente estudada e utilizada por publicidade, não é mais a realidade do cotidiano das agências.
  - ( ) É um tipo especial de comunicação envolvendo condições de operações distintas, entre as quais está, em primeiro lugar, o objetivo que se pretende alcançar.
  - ( ) É dirigida para uma audiência relativamente grande, heterogênea e anônima.
  - ( ) Pode ser caracterizada como pública, rápida e transitória.
- (A) (V) (F) (F) (V) (V)  
(B) (V) (F) (V) (V) (F)  
(C) (V) (V) (V) (V) (F)  
(D) (V) (V) (F) (V) (V)  
(E) (F) (V) (V) (F) (F)

### QUESTÃO 23

A unicidade do discurso organizacional vincula-se também ao que Torquato (2015) chama de níveis de análise. Trata-se de posicionar a comunicação num dos quatro níveis que contextualizam os problemas de comunicação. De acordo com o autor, dentre os quatro, qual nível estuda basicamente o comportamento do indivíduo, suas habilidades e atitudes?

- (A) Tecnológico.
- (B) Interpessoal.
- (C) Comportamental.
- (D) Organizacional.
- (E) Intrapessoal.

### QUESTÃO 24

O tipo de campanha, segundo Sant'anna, Rocha Júnior e Garcia (2015), que visa à venda imediata e, por isso mesmo, usa o apelo econômico como ponto principal e faz uso de ofertas, liquidações e descontos como mola propulsora para a compra é a campanha:

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

### QUESTÃO 25

Apoiado em estudo de Nora Paul, Machado (*apud* Rodrigues, 2009) apresenta uma definição para Reportagem Assistida por Computador (RAC) que inclui três etapas do trabalho jornalístico. Assinale a opção que apresenta essas três etapas.

- (A) Pauta, redação e divulgação.
- (B) Apuração, edição e publicação.
- (C) Reportagem, pesquisa em fontes secundárias e encontro.
- (D) Apuração, reportagem e ambiente virtual.
- (E) Reportagem, pesquisa em fontes primárias e atualização.

### QUESTÃO 26

De acordo com Castells (2017), em última instância, mudanças sociais são caracterizadas por uma transformação do tempo e do espaço na experiência humana. Com base nas afirmações do autor acerca do assunto, assinale a opção correta.

- (A) Hoje, observa-se uma centralidade distribuída e um processo multifuncional de centralização espacial.
- (B) A observação estrategicamente mais importante para uma análise em termos de redes espaciais é a de que essas redes globais têm a mesma geografia; geralmente compartilham os mesmos nós.
- (C) O significado cultural e social é definido em termos de fluxo, ao passo que funcionalidade, riqueza e poder são definidos em termos de espaço.
- (D) A principal característica espacial da sociedade em rede é a conexão em rede entre o local e o global.
- (E) O espaço dos fluxos sobrepujou a lógica do espaço dos lugares, pronunciando uma arquitetura espacial global de megacidades interconectadas enquanto as pessoas deixam de achar significado em lugares e passam a criar suas próprias redes no espaço dos fluxos.

### QUESTÃO 27

Umberto Eco (*apud* Martino, 2015) apresenta uma coletânea de estudos sobre histórias em quadrinhos, música pop e televisão. Nesse contexto, assinale a opção que apresenta uma crítica apocalíptica, segundo o autor.

- (A) Nem todo mundo está preparado para ter acesso à cultura. A ideia de uma cultura para massas é uma contradição.
- (B) A cultura de massa facilita o acesso à obra de arte, tornando-as mais populares e conhecidas.
- (C) Cultura não é mais uma coisa erudita e distante: qualquer coisa se torna cultura imediatamente.
- (D) A cultura de massa permitiu o acesso de mais pessoas a bens culturais antes restritos a poucos.
- (E) A cultura de massa eleva o nível intelectual das pessoas e permite a popularização da arte.

### QUESTÃO 28

Os profissionais de relações públicas geram informação pré-empacotada para promover os pontos de vista de suas organizações sobre determinados temas e para comunicar aspectos de interesse sobre esses assuntos a seus públicos, tanto internos como externos. Gandy (*apud* Duarte, 2015) define a informação empacotada gerada por profissionais de relações públicas como:

- (A) release.
- (B) clipping.
- (C) balão de ensaio.
- (D) mailling seletivo.
- (E) subsídios informativos.

### QUESTÃO 29

A mídia usa uma série de termos incomuns, mesmo para quem trabalha com jornalismo. Com relação a esses termos do jargão jornalístico apresentados por Barbeiro (2015), assinale a opção correta.

- (A) Chroma-Key - substituição parcial de uma imagem eletrônica por material proveniente de outra fonte.
- (B) Calhau - é uma matéria com informações falsas ou incorretas.
- (C) Abertura da Matéria - é lida pelo apresentador e dá o gancho da reportagem ou da abertura da entrevista.
- (D) Barriga - é o acordo de honra em que todos prometem divulgar uma determinada notícia no tempo que foi combinado.
- (E) Reunião de Abertura - os integrantes de uma editoria se reúnem para discutir temas e enfoques a serem trabalhados pela equipe de reportagem.

### QUESTÃO 30

De acordo com Barbeiro e Lima (2013), a função do editor na mídia eletrônica é trabalhosa, dá pouca visibilidade ao jornalista, mas é de fundamental importância, pois a edição é a montagem final da reportagem que vai ao ar no telejornal. Dessa forma, é correto afirmar que:

- (A) não é preferível utilizar inicialmente as imagens gravadas durante a realização da matéria.
- (B) somente em casos excepcionais é que se devem usar imagens ou sonoras de arquivo para cobrir o início da reportagem.
- (C) quando as cenas importantes são muito rápidas, o editor não deve repeti-las em *slow motion* (câmera lenta) como forma de chamar a atenção do telespectador.
- (D) em reportagens sobre obesidade, drogas e criminalidade, por exemplo, deve-se recorrer a *takes* fechados para evitar erros.
- (E) o ideal é que a revisão dos textos e de imagens seja feita por, pelo menos, três profissionais: enquanto um lê em voz alta, os outros conferem o script.

### QUESTÃO 31

Katz, Blumler e Gurevich (*apud* Martino, 2015) definem os elementos principais que caracterizam o modelo dos usos e gratificações. Assim, assinale a opção correta sobre esses elementos.

- (A) A audiência é concebida como um elemento ativo, isto é, uma grande parte do uso da mídia é entendida como sendo motivada por algum tipo de escolha.
- (B) No processo de comunicação de massa, uma pequena parte das escolhas e iniciativas são creditadas à audiência, vista como parte ativa no processo de emissão.
- (C) A mídia compete com outras fontes no sentido de satisfazer as necessidades do público, mas as demandas da audiência são totalmente satisfeitas pelos meios de comunicação.
- (D) Em termos mercadológicos, o indivíduo é o grande agente catalisador de informações para os meios de comunicação.
- (E) Julgamentos de valor a respeito da atuação da mídia são importantes para que a própria audiência defina o pensamento dos meios de comunicação.

### QUESTÃO 32

Para Baitello (*apud* Farias, 2011), qual é o elemento fundamental do processo de reputação que, como filosofia de gestão, incorpora-se aos elementos de cultura organizacional e passa a fazer parte preponderante do sucesso ou do fracasso das estratégias de perenidade?

- (A) Código de conduta.
- (B) Código de ética.
- (C) Responsabilidade social corporativa.
- (D) Governança corporativa.
- (E) Visão.

### QUESTÃO 33

Segundo Cipriani (2014), a palavra-valise que define a colaboração das pessoas, quase sempre anônima e voluntária, que ajuda a classificar quase tudo que encontramos na internet, é:

- (A) Folksonomia.
- (B) Googlesonomia.
- (C) Tagsonomia.
- (D) *Hashtag*.
- (E) Linktag.

### QUESTÃO 34

Na obra *Novo manual de produção gráfica*, Bann (2012) explica que o termo "hexacromia" é a adição de duas cores às cores de seleção (CMYK). São elas:

- (A) roxo e verde.
- (B) vermelho e roxo.
- (C) roxo e laranja.
- (D) vermelho e verde.
- (E) laranja e verde.

### QUESTÃO 35

De acordo com Kunsch (2003), qual auditoria significa um levantamento que se faz junto aos públicos-líderes e cuja finalidade é destacar informações realmente significativas para a correta análise de um problema, residindo sua significação na qualidade do público entrevistado?

- (A) Auditoria de imagem.
- (B) Auditoria de opinião.
- (C) Auditoria social ou monitoramento do ambiente.
- (D) Auditoria da comunicação organizacional.
- (E) Auditoria de identidade.

### QUESTÃO 36

Pierre Levy (*apud* Jenkins, 2009) afirma que "Ninguém sabe tudo. Todo o conhecimento reside na humanidade." Nesse contexto, a inteligência coletiva refere-se:

- (A) ao conhecimento proveniente dos meios de comunicação de massa.
- (B) à capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros.
- (C) à expertise gerada dentro de comunidades que compartilham determinado conhecimento técnico.
- (D) ao conhecimento compartilhado nos blogs de especialistas.
- (E) às informações que circulam nos perfis de indivíduos nas mídias sociais.

### QUESTÃO 37

Sant'anna, Rocha Júnior e Garcia (2015) defendem que a estruturação de um planejamento ocorre em duas etapas: inteligência e execução. A primeira envolve uma coleta de informações, que, ao final, apresentará um cenário de atuação do planejamento, e é organizada em três ambientes: interno, microambiente e macroambiente. Assim, assinale a opção que NÃO faz parte do macroambiente.

- (A) Demografia.
- (B) Tecnologia.
- (C) Economia.
- (D) Cultura.
- (E) Mercado.

### QUESTÃO 38

A capacitação de fontes e porta-vozes é um dos instrumentos de assessoria de imprensa mais importantes. Aperfeiçoar continuamente os assessorados em compreender a imprensa, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente e, com elas, influenciar os interessados tornou-se uma estratégia prioritária para as equipes de comunicação. Sendo assim, com base em Duarte (2011), assinale a opção correta.

- (A) Todo porta-voz é fonte, e toda fonte é porta-voz.
- (B) A autoridade principal ou o maior envolvido em determinada questão é sempre o melhor porta-voz.
- (C) O primeiro ponto do trabalho de capacitação é o elenco de itens na preparação, tais como: estimular a expressividade corporal (sinais não verbais), a clareza, a objetividade, a firmeza e a precisão na fala.
- (D) A prática tem demonstrado que 20 seria o teto do número de participantes do modelo didático para grupos menores, em um treinamento durante um dia (8 horas de atividades).
- (E) O melhor *media training* é aquele realizado com regularidade pela própria equipe de assessoria.

### QUESTÃO 39

Estabelecidos os temas relevantes para a organização, é importante que se faça a correta definição do gênero jornalístico a ser empregado. Nesse contexto, Paraventi (*apud* Farias, 2011) afirma que, tradicionalmente, existem três gêneros jornalísticos nas publicações organizacionais. Assim, assinale a opção que apresenta esses três gêneros.

- (A) Interpretativo, jornalismo de dados e opinativo.
- (B) Ilustrativo, opinativo e investigativo.
- (C) Investigativo, entrevista e artigo.
- (D) Informativo, opinativo e interpretativo.
- (E) Informativo, jornalismo digital e entrevista.

### QUESTÃO 40

Segundo Williams (1995), em seu livro *Design para quem não é designer*, o princípio que avisará ao leitor que, mesmo não estando próximos, os itens fazem parte do mesmo material é:

- (A) a proximidade.
- (B) o alinhamento.
- (C) o contraste.
- (D) a repetição.
- (E) a centralização.

### QUESTÃO 41

Nos anos 40, um grupo de pesquisadores americanos tomaram um rumo inteiramente contrário ao da teoria matemática da comunicação de Shannon. Afastaram-se do modelo linear da comunicação e trabalharam a partir de um modelo circular retroativo, numa visão circular da comunicação, na qual o receptor tem um papel tão importante quanto o emissor. Segundo Armand e Michèle Mattelart (2014), como esse grupo é identificado?

- (A) Escola de Chicago.
- (B) Planeta Híbrido.
- (C) *Cultural Studies*.
- (D) Colégio Invisível.
- (E) *Mass Communication Research*.

### QUESTÃO 42

Pena (2013) apresenta um quadro comparativo entre notícia e reportagem, proposto pelo professor João de Deus. Correlacione os conceitos às suas definições e assinale a opção correta.

#### CONCEITOS

- I- Notícia
- II- Reportagem

#### DEFINIÇÕES

- ( ) Tem como referência a imparcialidade.
- ( ) Independe da intenção do veículo.
- ( ) Trabalha muito com o singular.
- ( ) Lida com assuntos sobre fatos.
- ( ) Converte fatos em assuntos, traz a repercussão, o desdobramento.

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

### QUESTÃO 43

De acordo com Pena (2013), a capacidade de saber quais são os fatos que merecem virar notícia, ou seja, como atribuir valor a critérios de noticiabilidade, segundo o que chamam de faro jornalístico, refere-se a definição de qual saber?

- (A) Saber de procedimento.
- (B) Saber de seletividade.
- (C) Saber de produção.
- (D) Saber de narração.
- (E) Saber de reconhecimento.

#### QUESTÃO 44

De acordo com Bann (2012), são métodos de acabamento para materiais gráficos, EXCETO:

- (A) alceamento.
- (B) decalque.
- (C) corte e vinco.
- (D) laminação.
- (E) verniz.

#### QUESTÃO 45

O marketing holístico, conforme apresentado por Kotler e Keller (2019), é composto por marketing de relacionamento, marketing interno, marketing integrado e marketing de desempenho. São componentes-chave do marketing de relacionamento, EXCETO:

- (A) parceiros.
- (B) clientes.
- (C) funcionários.
- (D) concorrentes.
- (E) comunidade financeira.

#### QUESTÃO 46

Armand e Michèle Mattelart (2014), ao abordarem a corrente dos *Cultural Studies*, sinalizam para uma época na qual é reconhecido pelos pesquisadores um papel ativo do receptor na construção do sentido das mensagens. Dentro desse contexto, assinale a opção que apresenta o autor e o nome da obra que explora as interações no interior da família, em torno da telinha, no contexto natural da recepção da televisão.

- (A) *Culture and Anarchy*, de Matthew Arnold.
- (B) *Culture and Society*, de Raimond Williams.
- (C) *Family Television*, de David Morley.
- (D) *Encoding / Decoding*, de Stuart Hall.
- (E) *Everyday Television, Nationwide*, de Charlotte Brunson e David Morley.

#### QUESTÃO 47

A diferença entre *push media* e *pull media* é, segundo Jenkins (2009), respectivamente:

- (A) mídia tradicional: mensagens veiculadas nos meios de comunicação de massa mediante compra de espaços publicitários; e mídia espontânea: mensagens geradas nas mídias sociais por usuários comuns.
- (B) mídia off-line: que não permite a atualização do conteúdo de forma constante e imediata; e mídia on-line: que permite a atualização do conteúdo de forma constante e imediata.
- (C) mídia paga: mensagens constantes no plano de mídia; e mídia gratuita: mensagens oriundas da viralização de conteúdos de forma não planejada.
- (D) mídia impressa: mensagens veiculadas em veículos tradicionais em meio físico, como jornais e revistas; e mídia digital: mensagens veiculadas em modernos suportes digitais, como internet e dispositivos *mobile*.
- (E) mídia empurrada: em que as mensagens vão a público, quer este as procure ou não; e mídia puxada: que serve aos que têm interesse ativo em buscar informações sobre determinado assunto.

#### QUESTÃO 48

Com base em Barbeiro e Lima (2013), coloque F (falso) ou V (verdadeiro) nas afirmativas abaixo, com relação à redação de uma empresa jornalística, e assinale a opção correta.

- ( ) É bom que TVs estejam à disposição, para que todos acompanhem a programação dos concorrentes.
- ( ) A ilha de edição deve ser um espaço aberto da redação, para que o som facilite o trabalho de apuração.
- ( ) O papel mais importante no processo de captação de notícias cabe à central técnica, que realiza a ronda dos prestadores de serviço à emissora.
- ( ) A força da imagem e a relevância do fato são os argumentos básicos para o apurador convencer a chefia de reportagem do envio de uma equipe para a realização de uma matéria.
- ( ) É essencial saber cultivar as fontes e ter a confiança de que os informantes (bombeiros, policiais, promotores, médicos etc.) vão telefonar para avisar sobre algo importante.

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

#### QUESTÃO 49

Na associação da estrutura da comunicação às premissas de relações públicas que traduzem, em sua essência, "formar públicos ao redor da organização", ou, de outra forma, "construir relacionamentos entre uma organização e seus públicos", deve-se despertar para algumas características que concorrem para a constituição do agrupamento coletivo. Nesse contexto, para Andrade (*apud* Farias, 2011), é possível notar que a formação do público depende:

- (A) da decisão ou opinião individual.
- (B) da ausência da controvérsia.
- (C) da decisão ou opinião coletiva.
- (D) do controle das mídias sociais.
- (E) da presença física de pessoas.

#### QUESTÃO 50

Jenkins (2009), em seu livro *Cultura da Convergência*, refere-se à "economia afetiva" como sendo:

- (A) uma movimentação de mercado gerada a partir de produtos relacionados a *lovemarks*, que, atualmente, constituem a maior parte dos ativos das grandes empresas.
- (B) um valor emocional agregado aos atributos tangíveis do produto, que se sobrepõem no momento da tomada de decisão dos consumidores.
- (C) uma nova configuração da teoria de marketing, que procura entender os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e de compra.
- (D) um momento da economia contemporânea em que as características físicas do produto são ignoradas no momento da tomada de decisão, em função das características intangíveis.
- (E) um resultado de ações de comunicação com objetivo de maximizar o consumo de bens e serviços apelando para a manipulação do consumidor por meio de argumentos emocionais.



## PROVA DE REDAÇÃO

### INSTRUÇÕES

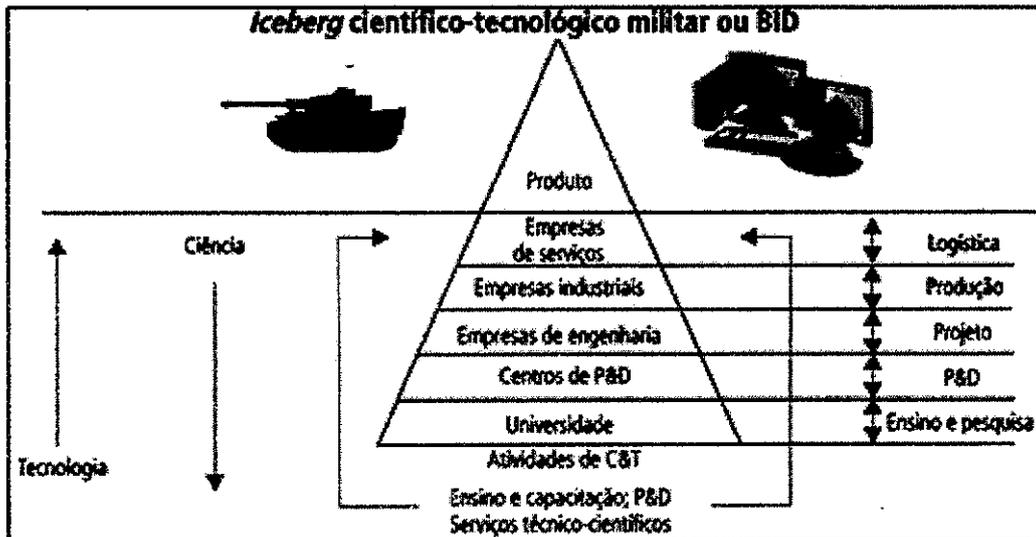
1. A redação deverá ser uma dissertação argumentativa com ideias coerentes, claras e objetivas, em língua portuguesa e com letra legível. Se utilizada a letra de forma (caixa-alta), as letras maiúsculas deverão receber o devido realce;
2. Deverá ter, no mínimo, 15 (quinze) linhas contínuas, considerando o recuo dos parágrafos, e, no máximo, 30 (trinta) linhas. Não poderá conter qualquer marca identificadora ou assinatura, o que implicará a atribuição de nota zero;
3. Os trechos da redação que contiverem cópias dos textos de apoio ao tema proposto ou dos textos do caderno de prova serão desconsiderados para a correção e para a contagem do número mínimo de linhas;
4. O candidato deverá dar um título à redação; e
5. O rascunho deverá ser feito em local apropriado.

### TEXTO I

Denomina-se Base Industrial de Defesa (BID) o conjunto das empresas estatais ou privadas que participam de uma ou mais etapas de pesquisa, desenvolvimento, produção, distribuição e manutenção de produtos estratégicos de defesa – bens e serviços que, por suas peculiaridades, possam contribuir para a consecução de objetivos relacionados à segurança ou à defesa do país. Para que possa se consolidar com sucesso, a BID depende do trabalho conjunto e harmônico do setor produtivo, concentrado essencialmente na iniciativa privada, com o setor de desenvolvimento, a cargo do Estado. O Ministério da Defesa atua com vistas a promover condições que permitam alavancar a Base Industrial de Defesa brasileira, capacitando a indústria nacional do setor para que conquiste autonomia em tecnologias estratégicas para o país. Ciente da magnitude desse desafio, trabalha também para que haja esforço orçamentário continuado para os projetos estratégicos de defesa.

Disponível em: <https://www.gov.br/defesa/pt-br/assuntos/industria-de-defesa/base-industrial-de-defesa/>. Acesso em: 16 de abril de 2024. (adaptado)

### TEXTO II



Com base na evolução da tecnologia militar de impacto, o homem tem mantido as condições de combate, ao longo do tempo, mediante a construção de um *iceberg* operante e efetivo. O *iceberg*, funcionalmente, é uma estrutura complexa composta de várias instituições e empresas, com diferentes especializações, de difícil relacionamento e, por vezes, de conflitantes interesses, que precisaria operar de forma harmoniosa para produzir os materiais e serviços necessários às forças combatentes. Observando o *iceberg* (figura), acima da "linha d'água" estão os elementos mais visíveis dessa estrutura, quais sejam, produtos e serviços tecnológicos disponibilizados para a defesa nacional. Abaixo da "linha d'água" está a BID, representada pelas instituições que a integram. Quanto mais próxima da base do *iceberg* estiver uma determinada instituição participante, maior o conteúdo científico do seu trabalho; e, quanto mais próxima ela se achar em relação ao usuário, maior será o conteúdo tecnológico de suas atividades. Por sua vez, a obtenção da tecnologia militar passa a ser o objetivo da operação das cinco bases de defesa, quais sejam: científica, tecnológica, infraestrutural, industrial e logística. A integração funcional dessas cinco bases constitui a espinha dorsal para a capacitação tecnológica militar de um país, sinteticamente cognominada BID ou também *iceberg* científico-tecnológico de defesa. O sucesso da BID decorre do trabalho conjunto e harmônico do setor produtivo, normalmente realizado pela gestão privada, e do setor de desenvolvimento, usualmente a cargo da gestão pública.

Fonte: AMARANTE, J. C. Base Industrial de Defesa brasileira. Rio de Janeiro: IPEA, 2012. (adaptado)

**PROPOSTA DE REDAÇÃO** - A partir da leitura dos textos de apoio e de suas reflexões, redija uma dissertação argumentativa a respeito do tema "Desafios do Estado para o fortalecimento da Base Industrial de Defesa brasileira". Dê um título ao seu texto.



# 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	

