

**PROVA VERDE**

**MARINHA DO BRASIL**

**SERVIÇO DE SELEÇÃO DO PESSOAL DA MARINHA**

*Concurso Público para ingresso no Quadro Técnico do  
Corpo Auxiliar da Marinha  
CP-T/2025*

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

**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**PROVA VERDE**

### QUESTÃO 1

Segundo Carrascoza (2014), o primeiro formato discursivo adotado pela publicidade, no qual as características dos produtos eram empilhadas, só seria superado mais tarde, quando surgiu outro tipo de modelo. Assim, assinale a opção que apresenta esse modelo.

- (A) Retórica do consumo.
- (B) Estímulo narrativo.
- (C) Hegemonia dos classificados.
- (D) Proposição de vendas.
- (E) Narrativa literária realista.

### QUESTÃO 2

A abertura de um texto destina-se basicamente a chamar a atenção do leitor e conquistá-lo para a leitura. De acordo com Sodré e Ferrari (1986), a abertura-citação-declaração, real ou imaginada, visa a:

- (A) realçar a imaginação.
- (B) realçar a audição.
- (C) realçar a visão.
- (D) jogar com fórmulas.
- (E) jogar com as palavras.

### QUESTÃO 3

Segundo Jenkins (2006), convergência é a palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. A partir dessa premissa, assinale a opção correta.

- (A) Convergência Alternativa é o fluxo comercialmente direcionado de conteúdos de mídia.
- (B) Enclaves Digitais são as diversificações dos canais de mídia e mecanismos de distribuição.
- (C) Divergência é a influência reduzida de *gatekeepers* tradicionais que impediam certas formas de expressão cultural de alcançar a cultura dominante.
- (D) *Culture Jamming* são as tentativas de organizações alternativas de inserir ruído no processo de comunicação, desafiando ou interferindo no fluxo da mídia corporativa.
- (E) Convergência Corporativa é o termo do teórico Cass Sunstein para as comunidades on-line que atingiram alto grau de consenso de ideias e resistem a argumentos externos.

### QUESTÃO 4

Na obra "Relações Públicas Estratégicas", Farias (2011) aborda o trabalho da assessoria de imprensa. Assim, assinale a opção que apresenta quatro finalidades básicas dessa área citadas pelo autor.

- (A) Otimizar o relacionamento com a imprensa, uniformizar a linguagem, evitar contradições e zelar pela coerência.
- (B) Otimizar o relacionamento com a imprensa, estabelecer artes gráficas, evitar contradições e evitar o *lobby*.
- (C) Enfatizar o relacionamento com *stakeholders*, enviar *press releases*, evitar contradições e zelar pela coerência.
- (D) Evitar contradições, promover o *lobby*, otimizar o relacionamento com a imprensa e uniformizar a linguagem.
- (E) Estabelecer artes gráficas, fazer informativos breves, promover o *clickbait* e evitar contradições.

### QUESTÃO 5

No capítulo sobre reportagem, Barbeiro (2013) aborda alguns cuidados que o jornalista deve ter. Assim, assinale a opção que apresenta corretamente um desses cuidados.

- (A) No telejornalismo, o repórter deve repetir a informação principal diversas vezes.
- (B) Deve-se ter atenção ao tom de voz. Faz sentido relatar um acidente, por exemplo, com uma voz de consternação.
- (C) O uso de adjetivos contribui para uma boa reportagem.
- (D) Cabe ao editor alertar a chefia para providenciar o direito de resposta.
- (E) O jornalista deve entregar um relatório detalhado ao editor, pois informações que não constam na entrevista podem ser importantes para a edição.

### QUESTÃO 6

O surgimento de novas tecnologias, como a internet, ao mesmo tempo em que trouxe múltiplas possibilidades de conexão, provocou uma tendência ao isolamento social nas últimas décadas: as pessoas preferem ficar em casa a interagir socialmente. A esse fenômeno foi cunhado o seguinte termo na década de 1990:

- (A) *gatewatcher*.
- (B) *telecocooning*.
- (C) *spoiling*.
- (D) *quilting bees*.
- (E) convergência.

### QUESTÃO 7

De acordo com Cipriani (2014), o que é o "paradoxo das mídias sociais"?

- (A) As diferentes mídias não convergem para um mesmo formato, o que dificulta a criação de conteúdo pelas marcas.
- (B) A complexidade do ambiente digital leva à necessidade de cada vez mais investimentos, enquanto se vende a ideia de que o digital é mais barato.
- (C) As empresas veem nas mídias sociais meramente uma mídia, e não uma plataforma de relacionamento, diálogo, conversação com o mercado.
- (D) A facilidade de acesso à informação gera desinformação, ocasionando o fenômeno das *fake news*.
- (E) As dinâmicas sociais no ambiente digital não promovem a aproximação entre as pessoas, como preconizam diversos teóricos da comunicação.

### QUESTÃO 8

Com os ensinamentos de Barbeiro (2015), complete corretamente as lacunas das sentenças abaixo e assinale a opção correta:

"Os jornalistas trabalham com \_\_\_\_\_, não importa se em jornal, revista, tevê, rádio ou internet".

"Cuidado com o \_\_\_\_\_. Declarações publicadas sem a nomeação da fonte são uma das formas mais eficazes de conseguir notícias".

"Não se impressione com a palavra \_\_\_\_\_, usada com tanto respeito pelos jornalistas. É sonho de todos um dia se tornar um. Ele é apenas um jornalista que, além de apresentar o programa, participa do processo de produção da notícia".

- (A) fonte/texto/editor
- (B) *deadline*/off/âncora
- (C) declaração/áudio/produtor
- (D) telespectador/off/editor
- (E) *standup*/áudio/âncora

### QUESTÃO 9

Com relação ao conceito de "espaço de fluxos" proposto por Manuel Castells (2017), assinale a opção correta.

- (A) O espaço de fluxos não permeia toda a esfera da experiência humana na sociedade em rede.
- (B) Na sociedade em rede, o espaço de fluxos equivale ao espaço de lugares.
- (C) Serviços avançados e serviços em geral passam a se concentrar nas grandes metrópoles urbanas e nos países desenvolvidos.
- (D) O novo espaço industrial representa o fim das velhas áreas metropolitanas já estabelecidas e o início de novas regiões caracterizadas por alta tecnologia.
- (E) A teoria do espaço de fluxos parte da suposição implícita de que as sociedades são organizadas de maneira simétrica em torno de interesses dominantes específicos a cada estrutura social.

### QUESTÃO 10

O cientista político Harold Lasswell formulou um modelo teórico da comunicação que pretendeu determinar a "estrutura e a função da comunicação na sociedade". Assim, assinale a opção que apresenta a conclusão do autor.

- (A) Há clara influência do contexto e de predisposições especiais nas reações manifestas pelo público.
- (B) A mídia existe para suprir e para suprimir necessidades.
- (C) É preciso transmitir o máximo de teor informativo pela utilização competente de um canal, combatendo-se o ruído.
- (D) Os meios de comunicação não apenas subentendem dada estrutura social, como são eles próprios que a ensinam.
- (E) Os meios de comunicação ajudaram a "doutinar" e a "manipular" a milhares de pessoas promovendo uma falsa consciência dos fatos do real.

### QUESTÃO 11

No livro "A Inteligência Coletiva", Pierre Lévy (2011) sugere a hipótese de que hoje se abre um novo espaço antropológico, o Espaço do Saber, que está atrelado ao conceito de:

- (A) hipertexto.
- (B) cosmopédia.
- (C) wikipedia.
- (D) território.
- (E) comunidade.

### QUESTÃO 12

As novas tecnologias de comunicação revolucionaram a escrita. Hoje, as mensagens eletrônicas são econômicas, menos palavras e menos letras é sinônimo de mais informação. Squarisi (2011) faz algumas sugestões para que o autor possa economizar espaço sem perder a compreensão. Assim, assinale a opção que é uma sugestão de Squarisi (2011).

- (A) Dizer o que é, não o que não é.
- (B) Evitar códigos diferentes, como sinais da matemática.
- (C) Utilizar nome completo em vez de siglas.
- (D) Evitar abreviaturas.
- (E) Usar frases de tamanhos variados.

### QUESTÃO 13

Kotler (2019) traz em sua obra "Administração de Marketing" quatro características principais dos serviços que afetam enormemente a elaboração de programas de marketing. São elas:

- (A) intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade.
- (B) maximização, separabilidade, variabilidade e perecibilidade.
- (C) teorização, suporte, intangibilidade e inseparabilidade.
- (D) adequação, comunicação, invariabilidade e perecibilidade.
- (E) tangibilidade, adequação, comunicação e invariabilidade.

### QUESTÃO 14

Segundo Manuel Castells (2010), os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las:

- (A) pela substituição dos serviços culturais pelos bens materiais no cerne da produção.
- (B) pela preeminência da identidade como seu princípio organizacional.
- (C) pela construção de uma nova visão de mundo promovida pela tecnologia no passado.
- (D) pelo distanciamento do fundamento religioso.
- (E) pela aceitação da lógica unilateral de dominação estrutural e exclusão digital.

### QUESTÃO 15

Gaudêncio Torquato (2015) explica que as comunicações nas empresas processam-se por meio de duas posições interferentes, mas distintas. Diante disso, complete corretamente as lacunas das sentenças abaixo e assinale a opção correta:

A comunicação \_\_\_\_\_ agrupa os comportamentos comunicativos dos indivíduos: palavras, conversas, atos, reclamações etc.

A comunicação \_\_\_\_\_ congrega as formas de comunicação ligadas às exigências da estrutura funcional da empresa, como, por exemplo, as normas, os regulamentos, as publicações, os boletins.

- (A) institucional / estrutural
- (B) orgânica / complexa
- (C) pessoal / estrutural
- (D) pessoal / sistêmica
- (E) orgânica / física

### QUESTÃO 16

Qualquer empresa, independentemente do tamanho, ramo de atividade origem ou reputação, pode vir a enfrentar uma crise com a opinião pública. Assim, de acordo com Neves (2002):

- (A) crises empresariais internas não têm potencial para se transformarem em crises empresariais com a opinião pública.
- (B) crise empresarial com a opinião pública é uma situação que surge quando algo feito pela organização afeta ou pode afetar um órgão público fiscalizador de sua atividade.
- (C) crises empresariais com a opinião pública não podem ser evitadas, independentemente dos esforços da organização.
- (D) a ampliação da democracia aumentou o repertório das crises empresariais com a opinião pública.
- (E) um sistema de gerenciamento de crises é complexo, portanto, não vale a pena ser feito por empresas de pequeno porte.

### QUESTÃO 17

O ciclo de vida do cliente não existe mais. Cipriani (2014) criou o "ciclo de vida da empresa para o cliente" para descrever essa nova forma de relacionamento entre as empresas e o mercado. Assim, as quatro fases desse ciclo são:

- (A) necessidade, decisão, experiência e impressão.
- (B) necessidade, pesquisa, uso e comparação.
- (C) necessidade de consumo, pesquisa, compra e comparação.
- (D) necessidade de consumo, decisão, experiência e compartilhamento.
- (E) necessidade, escolha, uso e impressão.

### QUESTÃO 18

Paul Baran (*in* Martino, 2015) propõe a ideia de "redes distributivas de comunicação". Sobre essas redes, assinale a opção correta.

- (A) Nesse tipo de rede, há hierarquia entre os nós.
- (B) O número de conexões aumenta exponencialmente a possibilidade de uma informação atingir seu destino.
- (C) A maneira de fazer a rede parar de funcionar é destruir, pelo menos, três nós.
- (D) É impossível criar, quase instantaneamente, vários caminhos para a circulação da informação.
- (E) Uma vez tornadas digitais, somente algumas informações poderiam circular dentro de uma rede distributiva.

### QUESTÃO 19

Gerenciar a consistência das cores entre dispositivos é essencial para garantir que o produto final impresso seja o mais próximo possível do que é visto na tela. Assim, de acordo com Bann (2012):

- (A) o gerenciamento de cores é utilizado apenas em gráficas.
- (B) formatos de imagem digital, como TIFF e JPEG de alta resolução, não podem conter perfis de cores incorporados.
- (C) o gerenciamento de cores não é necessário em provas remotas.
- (D) as versões mais recentes do *Photoshop* e do *InDesign* dispensam o gerenciamento de cores.
- (E) o padrão de impressão comumente adotado é especificado pelo *International Color Consortium*.

### QUESTÃO 20

Jenkins (2006) sugere que a mídia contemporânea está sendo moldada por várias tendências conflitantes e contraditórias. Com base nessa afirmação, analise as afirmativas a seguir e assinale a opção correta.

- (A) Está havendo uma concentração de poder inédita dos novos meios de comunicação.
- (B) A nova cultura política reflete o jogo de força entre três sistemas de mídia, um de radiodifusão, o segundo, comercial e, o outro, destinado a um público menor e alternativo.
- (C) A maioria dos conteúdos "virais" mais bem-sucedidos da web faz críticas ou paródias da mídia comercial.
- (D) No *push media*, o público tem interesse ativo em buscar informações sobre determinado assunto. No *pull media*, as mensagens vão a público, quer esse as procure ou não.
- (E) O papel político da internet está se expandindo, diminuindo o poder da mídia de radiodifusão.

### QUESTÃO 21

Os processos de acabamento e encadernação podem agregar valor a um produto ou dificultar seu manuseio e diminuir sua durabilidade. De acordo com Bann (2012), assinale a opção correta.

- (A) Encomendar um boneco com o mesmo papel escolhido para o produto final não é recomendável, a menos que esteja sendo produzido um produto padrão.
- (B) Os produtos impressos passam por refile somente no processo de acabamento (antes da dobra ou depois da encadernação, grampeação ou costura).
- (C) Em publicações como livros e revistas, o boneco serve para indicar ao designer a largura adequada da lombada da capa ou sobrecapa.
- (D) O vinco é feito sobre cartão ou categorias menos espessas de papel para dificultar a dobra.
- (E) São tipo de dobra: francesa - usada em folhetos publicitários e mapas; e sanfona ou em leque - muito empregada em cartões comemorativos.

### QUESTÃO 22

De acordo com Pierre Lévy (2011), a inteligência coletiva:

- (A) é fixa.
- (B) tem início com a tecnologia e cresce com ela.
- (C) é programada.
- (D) é distribuída por toda parte.
- (E) é um processo de retomada não recíproca da coletividade.

### QUESTÃO 23

Segundo Duarte (2011), NÃO é tarefa de uma assessoria de imprensa:

- (A) análise do noticiário.
- (B) arquivo de material jornalístico.
- (C) artigos.
- (D) precificação do espaço obtido com a divulgação.
- (E) *briefing*.

### QUESTÃO 24

Elaborar uma campanha não é só pensar em como uma ideia principal, transformada em tema, será colocada em cada peça, mas também pensar no papel de cada peça na construção do todo. São tipos de campanha, de acordo com Sant'anna *et. al* (2018),:

- (A) campanha de relançamento e campanha de vendas.
- (B) campanha de sustentação e campanha política.
- (C) campanha promocional e campanha jornalística.
- (D) campanha de marketing e campanha institucional.
- (E) campanha ecológica e campanha de lançamento.

### QUESTÃO 25

No artigo "Governança Corporativa e Comunicação organizacional: interfaces possíveis em Relações Públicas", Câmara (apud Farias, 2011), aborda a governança corporativa estruturando-a em princípios básicos que estabelecem vinculações diretas com elementos essenciais da cultura corporativa e necessitam de um processo estratégico de comunicação. Assim, quais são esses princípios?

- (A) Estabilização, globalização, transparência e equidade.
- (B) Competitividade, regulação, mentoria e segurança.
- (C) Transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade social corporativa.
- (D) Competitividade, generalização, intensificação e dispersão.
- (E) Estabilização, globalização, segurança e institucionalização.

### QUESTÃO 26

No capítulo "Planejamento e Estratégia: bases do trabalho em Relações Públicas", Farias (2011) cita as doze etapas de Kunsch (2003) que devem ser realizadas para se obter um processo de planejamento adequado. Assim, uma etapa que está entre as elencadas é:

- (A) ponderação e análise das técnicas de controle.
- (B) estabelecimento de uma política de vendas.
- (C) análise dos dados e construção de um prognóstico.
- (D) quantificação dos cenários atemporais.
- (E) avaliação de resultados.

### QUESTÃO 27

Gaudêncio Torquato ensina, em sua obra "Comunicação nas Organizações" (2015), que "a empresa necessita criar mecanismos de informação que lhe capacitem conhecer o ambiente onde atua, o mercado no qual deverá competir e o próprio ambiente interno que congrega a sua estrutura. Daí por que a existência de uma empresa está sempre correlacionada à sua necessidade de recepção e/ou emissão de informações para três sistemas". Assim, assinale a opção que apresenta corretamente esses sistemas.

- (A) Ambiental, competitivo e organizacional.
- (B) Comunicacional, competitivo e aberto.
- (C) Gerencial, cíclico e uniforme.
- (D) Informacional, organizacional e uniforme.
- (E) Negocial, instrutório e aberto.

### QUESTÃO 28

Segundo Sodré e Ferrari (1986), é uma das principais características de uma reportagem:

- (A) subjetividade dos fatos narrados.
- (B) racionalização do relato.
- (C) predominância da forma dissertativa.
- (D) atualidade dos fatos narrados.
- (E) texto de natureza impressionista.

### QUESTÃO 29

Assinale a opção que apresenta um elemento que compõe uma crise empresarial, segundo Neves (2002).

- (A) Opinião do CEO ou Presidente da empresa.
- (B) Algo feito pela organização - ou deixado de fazer - ou de sua responsabilidade.
- (C) Interesses dos acionistas afetados.
- (D) Públicos constitutivos.
- (E) Repercussão negativa junto aos órgãos de fiscalização.

### QUESTÃO 30

Na obra "Administração de Marketing", Kotler (2019) traz as classificações dos bens de consumo. Correlacione corretamente os conceitos às suas definições e assinale a opção correta.

- (A) Bens de conveniência assemelham-se pela qualidade, mas se diferenciam significativamente em preço, o que justifica as comparações de compra.
- (B) Bens de compra comparada são comprados pelo consumidor com frequência, imediatismo e um mínimo de esforço.
- (C) Bens de especialidade apresentam características ou identificação de marca singulares pelas quais um número suficiente de consumidores está disposto a fazer um esforço extra de compra.
- (D) Bens de capital são tangíveis e normalmente usados por determinado período, como geladeiras, ferramentas e roupas.
- (E) Bens não procurados devem satisfazer preferências individuais e contar com uma equipe de vendas bem treinada para informar e orientar os clientes.

### QUESTÃO 31

Jürgen Habermas, no livro "História das Teorias da Comunicação", identifica a crise da democracia como devida ao fato de que os dispositivos sociais ganharam autonomia de serem administrados como "abstrações reais", fazendo circular a informação, mas entretendo as relações comunicativas, isto é, as atividades de interpretação dos indivíduos e grupos sociais. Para ele, a racionalidade não diz respeito à posse de um saber, mas à maneira pela qual os sujeitos dotados de fala e ação adquirem e empregam um saber. Nesse contexto, o autor cria, em 1981, um modelo chamado:

- (A) interacionismo simbólico.
- (B) análise da conversação.
- (C) agir comunicativo.
- (D) *cultural studies*.
- (E) jogo de linguagem.

### QUESTÃO 32

Barbeiro (2013) aborda em sua obra um profissional que "na imensidão dos acontecimentos na sociedade capta o que pode ser transformado em reportagem, pensa o assunto por inteiro e indica os caminhos que devem ser percorridos para que a matéria prenda a atenção do telespectador e atinja o público-alvo da emissora". Assim, assinale a opção que apresenta o profissional supracitado.

- (A) Editor.
- (B) Repórter.
- (C) Editor-chefe.
- (D) Âncora.
- (E) Pauteiro.

### QUESTÃO 33

"A partir de 1975, a \_\_\_\_\_ se encaminha para uma reflexão que não versa mais sobre a "indústria cultural", mas sobre \_\_\_\_\_. A passagem do singular ao plural revela o abandono de uma visão demasiado genérica dos meios de comunicação." Complete as lacunas, com base no trecho retirado do livro "História das Teorias da Comunicação".

- (A) Escola de Chicago / a "ecologia humana".
- (B) Etnometodologia / as "práticas culturais".
- (C) Sociologia estrutural / os "aparelhos ideológicos de Estado".
- (D) Economia política / as "indústrias culturais".
- (E) Escola de Frankfurt / a "disfunção narcotizante da mídia".

### QUESTÃO 34

Sobre tipologia e tipos, de acordo com Bann (2012), analise as afirmativas e assinale a opção correta.

- (A) O *kerning* ocorre quando o espaçamento entre caracteres especificados é deliberadamente reduzido, deixando o restante da configuração igual.
- (B) O tipo é medido apenas em pontos e paicas.
- (C) O corpo do texto é a distância entre a parte inferior do ascendente e a parte superior do descendente.
- (D) O sistema europeu se baseia em uma unidade chamada "eme paica".
- (E) A entrelinha do texto é chamada de "altura da capitular".

### QUESTÃO 35

"A Comunicação está comprometida pelo 'excesso de comunicação', em sociedades, como a nossa, que tomam a realidade representada pela realidade expressa". Essa visão, apresentada no livro "Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social" faz parte do modelo teórico da comunicação:

- (A) horizontal-interacionista.
- (B) da fissura tecnológica.
- (C) da virtualização.
- (D) do poder simbólico.
- (E) mediativo.

### QUESTÃO 36

Para Kotler (2019), o processo de adoção por consumidores é formado das etapas mentais pelas quais uma pessoa passa desde que ouve falar de uma inovação pela primeira vez até finalmente adotá-la. Assim, assinale a opção que apresenta as etapas corretas.

- (A) Interesse, estímulo, parcialização, filtragem e avaliação.
- (B) Fatorização, estratégia, conscientização, interesse e avaliação.
- (C) Lançamento, conteúdo, parcialização, filtragem e avaliação.
- (D) Parcialização, filtragem, interesse, estímulo e estratégia.
- (E) Conscientização, interesse, avaliação, experimentação e adoção.

### QUESTÃO 37

De acordo com Martino (2014), coloque F (falso) ou V (verdadeiro) nas afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- ( ) Lasswell desmonta a comunicação em partes simples, relacionando o estudo de cada uma delas com uma proposta específica de comunicação: ao "quem" corresponde um estudo de produção; "diz o que", volta-se para a análise da mídia; "em que canal" focaliza a análise de conteúdo; "para quem", pesquisa a audiência e "com que efeitos", o que acontece com a audiência diante da mensagem.
- ( ) Um dos primeiros modelos alternativo à fórmula de Lasswell foi formulado por Charles Osgood e Wilbur Schramm em 1954. Para eles, o modelo linear emissor-mensagem-receptor tinha como desvantagem deixar de lado um dos aspectos fundamentais de todo processo comunicativo: a possibilidade de uma reformulação da mensagem e uma resposta pelo receptor.
- ( ) Em 1950, o pesquisador norte-americano David M. White realizou o primeiro estudo a respeito da seleção de notícias. White partiu de uma ideia do psicólogo social Kurt Lewin a respeito de como as pessoas selecionam o que é consumido no ambiente doméstico. A dinâmica é regulada pelo que ele denominou *gatekeeper*, o "guarda do portão", pessoa responsável por definir o que pode ou não entrar em um grupo.

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

### QUESTÃO 38

Sant'anna *et. al* (2018) apresentam em sua obra o Mix de Marketing, ou os "4Ps do Marketing", composto por Preço, Produto, Praça e Promoção, e destacam como o trabalho do publicitário envolve muito mais do que apenas a propaganda em si. A construção de campanhas eficientes, que posicionam a marca na mente dos consumidores, é feita com a utilização de um grupo de ferramentas que agem em conjunto e se influenciam mutuamente. Segundo os autores, é correto afirmar que:

- (A) o marketing direto é um método do "P" de produto.
- (B) a promoção de vendas faz parte do "P" de preço.
- (C) é possível mexer em uma das ferramentas do mix de marketing sem influenciar nas demais.
- (D) o "P" de produto é o que a empresa oferta e não inclui apenas o produto em si.
- (E) o consumidor enxerga o preço de um produto como alto ou baixo de acordo com a quantidade de dinheiro que gasta para adquiri-lo.

### QUESTÃO 39

Assinale a opção correta de acordo com Rabaça e Barbosa (2001).

- (A) Imagem significativa é o conjunto de opiniões do público sobre uma marca determinada.
- (B) Imagem corporativa é o conjunto das impressões e opiniões objetivas e racionais do público com relação à imagem de uma corporação empresarial.
- (C) Imagem de marca é a reputação de uma marca em relação aos seus concorrentes no segmento de mercado.
- (D) Marca é o elemento identificador e representativo de uma empresa, instituição, produto etc. e não pode ser obtida por várias formas significantes.
- (E) Fantasia é o nome comercial criado especialmente para designar um novo produto, serviço, empresa etc., sem nenhuma significação anterior. Geralmente, são nomes curtos e fáceis.

### QUESTÃO 40

Carrascoza (2014) discute como os filmes publicitários, em sua maioria, são caudatários, estruturalmente, das narrativas de feições realistas. A cena de consumo é o detalhe expressivo que eles apresentam, apoiados que são também numa estética de sugestão. A publicidade define, por meio de suas histórias, os contornos do universo ficcional de uma marca. A respeito da narrativa publicitária, conforme debatido pelo autor, assinale a opção correta.

- (A) O filme publicitário, pela sua brevidade, opera apenas com dois *plot points*.
- (B) A cena de consumo não contribui para a verossimilhança da narrativa publicitária.
- (C) A cena de consumo é um simples detalhe que, obedecendo à estética da sugestão, faz toda a diferença.
- (D) No filme publicitário, os *plot points* não precisam estar colados ao aparecimento do produto ou da marca anunciada.
- (E) O único objetivo da estratégia de inserir o detalhe no fim do comercial, quando se atinge o ápice da narrativa, é gerar identificação.

#### QUESTÃO 41

Com base nos conceitos de estratégia apresentados no livro "Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica", é correto concluir que um bom planejamento estratégico precisa:

- (A) prever mecanismos externos de fiscalização.
- (B) preservar a tradição da organização.
- (C) ter objetivos que gerem estratégias.
- (D) criar estratégias que ofereçam pouco risco à organização.
- (E) adotar como base as diretrizes estabelecidas pelo presidente da empresa.

#### QUESTÃO 42

A obra "Jornalismo on-line: modos de fazer" (2009) aborda espaços que "veiculam conteúdos que expressam a opinião dos(as) seus(uas) autores(as) sobre temas diversos, com base em independência e partilhamento". Assim, assinale a opção que apresenta corretamente esses espaços.

- (A) Reportagens.
- (B) Notícias.
- (C) Interfaces gráficas.
- (D) Blogs.
- (E) *Webjornal*.

#### QUESTÃO 43

São abordagens de uma estratégia em mídias sociais, segundo Cipriani (2014):

- (A) percepção da marca; inovação e criatividade.
- (B) CRM social; empresa 2.0.
- (C) governança; gestão de riscos.
- (D) gestão de projetos; relacionamento e proximidade.
- (E) eficiência e efetividade; cultura e pessoas.

#### QUESTÃO 44

Segundo Kunsch (2003), um instrumento utilizado pelas Relações Públicas, integrante da comunicação institucional, que visa divulgar as realizações das organizações, transmitir sua personalidade e fixar conceitos construtivos do seu fazer e ser é:

- (A) o marketing social
- (B) a identidade corporativa.
- (C) a imagem corporativa.
- (D) o jornalismo empresarial.
- (E) a propaganda institucional.

#### QUESTÃO 45

Segundo Armando Medeiros de Faria (in Duarte, 2011), a legitimidade do assessor de imprensa nas organizações exige ações que ultrapassem a simples atuação no *front* da divulgação externa de notícias e do atendimento aos jornalistas. Nesse contexto, assinale a opção correta.

- (A) Uma boa estratégia de *media training* considera que, com boas técnicas, a imprensa pode ser administrada, controlada.
- (B) Uma contribuição da assessoria é dimensionar os fatos das organizações considerando, sobretudo, seus próprios movimentos e interesses.
- (C) O assessor de imprensa deve focar no imediatismo e na urgência dos processos informativos impostos pelo ritmo das redações.
- (D) A assessoria atua na convergência: conversa, dialoga, tenta esclarecer ou alertar o jornalista, debate pontos de vista, sublinha correções ou viés equivocado.
- (E) O assessor, além de convencer a imprensa, também age no convencimento da organização.

#### QUESTÃO 46

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. De acordo com Sant'anna *et. al* (2018), é vantagem da televisão:

- (A) segmentação.
- (B) credibilidade.
- (C) regionalismo.
- (D) efeito *zapping*.
- (E) imediatismo.

#### QUESTÃO 47

No capítulo "atores ou jornalistas", Barbeiro (2013) relaciona as duas profissões. Assim, assinale a opção correta quanto ao tema.

- (A) Nos telejornais, em geral o comentarista combina antecipadamente com o âncora as perguntas que servem de escada para seu comentário, mas não é raro o comentário de improviso.
- (B) Em algumas circunstâncias, os jornalistas são atores e não há uma divisão clara entre quem lida com a ficção e quem lida com a realidade.
- (C) É incomum que o repórter, espinha dorsal do noticiário, ensaie várias vezes a passagem de uma matéria.
- (D) Nos telejornais, comentarista e âncora fazem perguntas e respostas como se as estivessem criando na hora, mas na verdade estão lendo no *teleprompter*, o que não fere a ética nem tira o mérito jornalístico.
- (E) O uso de maquiagem, roupas especiais e o jeito de olhar para a câmera muitas vezes dão a sensação de que a notícia está sendo apresentada por um ator, o que pode prejudicar a credibilidade do repórter.

#### QUESTÃO 48

De acordo com Barbeiro (2015), em "Mídia Training: como usar a mídia a seu favor", as relações entre os jornalistas e as fontes estão plantadas nos eixos da ética, da transparência e da cordialidade. Porém, há um espaço para a competição: a entrevista é um duelo intelectual entre o entrevistado e o jornalista. Assinale a opção que apresenta um conselho do autor para a concessão de entrevistas.

- (A) Não se preocupe com a duração da entrevista, certifique-se de transmitir toda a informação que preparou previamente.
- (B) Atente-se às pessoas que estão circulando, se a entrevista é em um lugar movimentado.
- (C) Não se esqueça de prestar atenção à câmera e ao microfone.
- (D) Se o jornalista errar seu nome, corrija-o de imediato.
- (E) Sugira ao repórter cenários que você considera mais favoráveis para sua mensagem.

#### QUESTÃO 49

Segundo Barbeiro (2015), "é bom você entender que o conflito entre os particulares interessa ao jornalismo porque interessa à opinião pública. Não se trata de uma forma de explorar apenas o que é ruim. É que sem confronto não há notícia, e a maioria das fontes e entrevistados não entende isso. Não há nisso nenhuma perseguição de qualquer ordem contra esta ou aquela empresa". Com base nessas afirmações, assinale a opção correta.

- (A) Se o entrevistado tiver uma frase de efeito, deve usá-la na primeira resposta, mas evitar repeti-la ao longo da notícia.
- (B) Os executivos de empresas devem estar imbuídos do discurso institucional da empresa nas entrevistas, separando a opinião do gestor da opinião do cidadão.
- (C) Se a cobertura não for aquela que o entrevistado acha que sua empresa merece, não deve fazer represália retirando a publicidade dos veículos que a criticam.
- (D) O assessor de imprensa deve evitar acompanhar o entrevistado no momento da entrevista para que não pareça estar fiscalizando-o.
- (E) O entrevistado não deve ter receio de explicar os pontos negativos, mas evitar rebatê-los.

#### QUESTÃO 50

Segundo Neves (2002), constituintes – que podem ser internos ou externos – são públicos, segmentos, grupos ou indivíduos que podem ser direta ou indiretamente afetados pela organização na busca por seus objetivos. Sobre as definições de constituintes do autor, assinale a opção correta.

- (A) Consumidores, clientes e usuários só se sensibilizam por questões diretamente ligadas à relação comercial ou de negócio.
- (B) O poder público tende a se posicionar contra as empresas nas crises empresariais com a opinião pública.
- (C) Os acionistas são os constituintes externos mais voláteis.
- (D) As famílias dos funcionários fazem parte dos constituintes externos.
- (E) Os grupos de pressão são essenciais, pois tendem a trabalhar a favor das empresas durante as crises.

## 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 1

A partir da análise de catástrofes, [foram identificados] fatores determinantes para a eficiência da resposta militar a desastres. Destacam-se: a prontificação dos efetivos; a adequação dos recursos utilizados; a interoperabilidade dos meios militares com os esforços de ajuda mais ampla, inclusive a internacional, vindos das diferentes organizações envolvidas no esforço de ajuda; a capacidade de absorção do país que recebe a ajuda para acomodar um grande fluxo de bens e pessoas, e ainda como as instituições desse país gerenciam desastres e coordenam a assistência externa. [Concluiu-se] que as unidades militares, para serem bem-sucedidas nessas operações, precisam ter capacidade de autodireção, serem ágeis, autossuficientes e multiqualificadas. Assim, estarão prontas para operar em questão de horas, levando os equipamentos que lhes permitam estabelecer uma posição avançada de comando central das operações e atividades subsequentes. Devem ser capazes de se adaptar e de responder ao que lhes for exigido, mesmo distantes da sua cadeia de comando e sede, tomando decisões rápidas, com base em sua avaliação do ambiente.

Fonte: VILELA, Fabiano Ferro. *O Emprego da Marinha do Brasil na ajuda humanitária: capacidades e limitações*. Rio de Janeiro: Escola de Guerra Naval, 2015, p. 22-23, (monografia). (adaptado)

### TEXTO 2

A Marinha do Brasil (MB) resgatou, em 2024, 458 pessoas com vida, vítimas de acidentes no mar e em rios. O Serviço de Busca e Salvamento (SAR) da Força foi acionado 270 vezes no ano passado, número inferior se comparado ao ano de 2023, que registrou 295 ocorrências. Um dos motivos para a redução de tragédias são as campanhas de conscientização sobre navegação segura, desenvolvidas pelas Capitânicas, Delegacias e Agências da Marinha no País, de acordo com o Comando de Operações Marítimas e Proteção da Amazônia Azul (COMPAAz). Situações de "Homem ao mar" foi o pedido de socorro mais solicitado, com 73 casos. Já os naufrágios foram responsáveis por 67 atendimentos. Embarcações à deriva correspondem a 47 pedidos de ajuda. Outro dado relevante refere-se à evacuação médica, com 44 assistências.

Disponível em: <https://www.agencia.marinha.mil.br/seguranca-da-navegacao/militares-da-marinha-salvam-mais-de-450-vidas-em-2024>. Acesso em: 09 de abril de 2025.

### TEXTO 3

Em um ano [2024] marcado por desafios climáticos extremos, a Marinha do Brasil atuou de forma decisiva para mitigar os impactos das tragédias ambientais. No Rio Grande do Sul, após as enchentes históricas que assolaram o estado, a Força Naval mobilizou mais de 2 mil militares, nove navios, 11 helicópteros, 73 embarcações e 215 viaturas para oferecer suporte às vítimas. Além de transportar mais de 115 toneladas de doações, foi montado um hospital de campanha, proporcionando atendimento médico em áreas críticas. No Pantanal, os focos de incêndio atingiram números alarmantes, com mais de 14,6 mil registros entre janeiro e novembro. A Marinha participou ativamente do combate às chamas, utilizando helicópteros, navios e embarcações, além de prestar assistência médica às famílias ribeirinhas afetadas pela fumaça. Na Terra Indígena Yanomami, os militares integraram a Operação Catrimani II, combatendo o garimpo ilegal e prestando assistência humanitária às comunidades locais. Foram inutilizados mais de 300 acampamentos e 45 pistas clandestinas, apreendidas 221 dragas e quase mil motores, além de mais de 17 quilos de ouro extraídos ilegalmente.

Disponível em: <https://www.defesaemfoco.com.br/de-defesa-a-ajuda-humanitaria-principais-acoes-da-marinha-em-2024/>. Acesso em: 09 de abril de 2025. (adaptado)

**PROPOSTA DE REDAÇÃO** - A partir da leitura dos textos de apoio e de suas reflexões, redija uma dissertação argumentativa a respeito do tema **"Os impactos sociais das ações de ajuda humanitária da Marinha do Brasil em desastres naturais ocorridos em território nacional"**. 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

## 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: o caderno é composto por uma prova escrita objetiva com 50 questões de múltipla escolha e uma prova de Redação.
- 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 - 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 Marinha do Brasil;
  - 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;
- 5 - 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);
- 6 - Para rascunho, use os espaços disponíveis nas folhas de questões, mas só serão corrigidas as respostas marcadas na folha de respostas;
- 7 - O tempo mínimo de permanência dos candidatos no recinto de aplicação de provas é de **120 minutos**.
- 8 - 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;
  - b) utilizar-se de qualquer material não autorizado;
  - c) desrespeitar qualquer prescrição relativa à execução da Prova;
  - d) escrever o nome ou introduzir marcas identificadoras noutro lugar que não o determinado para esse fim; e
  - e) cometer ato grave de indisciplina.
- 9 - Escreva e assine corretamente seu nome, coloque seu número de inscrição e o dígito verificador (DV) apenas nos locais indicados;
 

Instruções para o preenchimento da folha de respostas:

  - a) use caneta esferográfica azul ou preta de material transparente;
  - b) escreva seu nome em letra legível no local indicado;
  - c) assine 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.
- 10 - Preencha a folha com atenção de acordo com o exemplo abaixo:



Nome: **ROBERTO SILVA**

Assinatura: **Roberto Silva**

**Instruções de Preenchimento**

- Não rasque esta folha.
- Não rabisque nas áreas de respostas.
- Faça marcas sólidas nos círculos.
- Não use canetas que borrem o papel.

ERRADO: CORRETO:

**PREENCHIMENTO DO CANDIDATO**

INSCRIÇÃO										DV		P		Q	
5	7	0	2	0	7	0	0	2	4	4	1	2	4		

01	02	03	04	05	06	07	08	09	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
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

T  
A  
R  
J  
A

- 11 - Será autorizado ao candidato levar a prova faltando 30 minutos para o término 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.
- 12 - 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.
- 13 - O modelo de gabarito somente poderá ser destacado PELO FISCAL e após a entrega definitiva da prova pelo candidato. Caso o modelo de gabarito seja destacado pelo candidato, este 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