

PROVA AMARELA

MARINHA DO BRASIL

SERVIÇO DE SELEÇÃO DO PESSOAL DA MARINHA

*Concurso Público para ingresso no Quadro Técnico do
Corpo Auxiliar da Marinha
CP-T/2026*

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

COMUNICAÇÃO SOCIAL

PROVA AMARELA

QUESTÃO 1

No livro "Jornalismo e IA Generativa", Amaral Filho (2024) propõe uma metodologia de análise vinculada a um modelo paradigmático qualquer e grande linguagem para os jornalistas. Assinale a opção correta quanto a essa exigência do autor.

- (A) Ferramentas técnicas que permitam ao profissional a migração de análise de uma tecnologia para outra quando se exigir uma apuração mais aprofundada de um caso.
- (B) Capacitação teórica e detalhada para ter senso crítico para usar essas novas tecnologias em apurações jornalísticas.
- (C) Entendimento geopolítico das cadeias produtivas envolvidas em negócios das IAs, principalmente dos algoritmos generativos.
- (D) Conhecimento jornalístico e de mídias sociais aprofundados para ser potencializado com as IAs.
- (E) Entendimento sobre a dinâmicas atuais das IAs para que os algoritmos e a linguagem artificial possa contribuir.

QUESTÃO 2

No livro "Gestão de Crises e Comunicação", Forni (2022) ensina como construir o plano de crises. O autor garante que a criação de um manual é útil como modo de disseminar a cultura da prevenção de eventos negativos. Sobre esse assunto, é INCORRETO afirmar que:

- (A) a formulação do plano de crises não é atribuição da área de comunicação da empresa, mas um trabalho coletivo.
- (B) o plano de crises deve ser sempre supervisionado pelo comitê de crise ou pela equipe encarregada de montar uma estratégia de prevenção.
- (C) cada organização pode customizar o seu plano de crises da forma mais conveniente às suas peculiaridades.
- (D) apesar de não haver um modelo padrão de plano de crises, é fundamental ser um trabalho consensual.
- (E) quanto à formulação do plano de crises, ele deve ser simples, flexível e é uma atribuição da área de comunicação da empresa.

QUESTÃO 3

Segundo Kotler (2021), entre os componentes fundamentais do Marketing 5.0, qual é aquele que "é a atividade de identificar, determinar o perfil e proporcionar aos consumidores interações personalizadas por meio do uso de sensores e interfaces digitais no espaço físico, sendo a espinha dorsal que permite aos profissionais de marketing executar o marketing 'um para um' em tempo real"?

- (A) Marketing direcionado por dados.
- (B) Marketing ágil.
- (C) Marketing preditivo.
- (D) Marketing contextual.
- (E) Marketing aumentado.

QUESTÃO 4

Segundo Bann (2012), como é denominado o papel "utilizado, em especial, na produção de livros, é um tipo de papel encorpado, com um acabamento naturalmente áspero, semelhante ao de um papel feito à mão não calandrado"?

- (A) Antique.
- (B) Cartão.
- (C) Cartucho.
- (D) Vergê.
- (E) Couché.

QUESTÃO 5

Segundo Bann (2012), como é chamada a técnica de reduzir deliberadamente o espaçamento entre caracteres especificados, deixando o restante da configuração igual?

- (A) *Stripping*.
- (B) *Trapping*.
- (C) *Kerning*.
- (D) *Moiré*.
- (E) Máscara.

QUESTÃO 6

No que diz respeito à curadoria de conteúdo, o livro "Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia" (Duarte, 2018) garante que esse assunto não deve ser associado à repetição de informação. Logo, assinale a opção correta sobre as melhores práticas de curadoria e de um curador.

- (A) Curadoria é reinterpretar, contar de novo e remodelar histórias antigas.
- (B) Apresentar novo recorte e o contexto que envolve menos responsabilidade do curador.
- (C) O curador traz um arranjo informativo já conhecido do público que utiliza a web.
- (D) É aconselhável que o curador compartilhe um conteúdo sem colocar a sua opinião.
- (E) Com o tempo, as empresas tornam a curadoria mais simples e superficial.

QUESTÃO 7

Forni (2022) defende que nós vivemos na Era das *Fake News*, mas, se serve de alento, o autor de "Gestão de Crises e Comunicação" acredita que é possível educar as pessoas, a fim de evitar que essas notícias falsas se espalhem e causem maiores estragos. Com relação às *fake news*, é correto afirmar que:

- (A) a divulgação de *fake news* é uma invenção ou um subproduto das redes.
- (B) os robôs são mais propensos a espalhá-las do que os usuários reais.
- (C) os robôs aceleram mais a propagação de notícias falsas do que verdadeiras.
- (D) em muitos casos, o objetivo das *fake news* se resume à conquista de poder.
- (E) no X, as notícias verdadeiras são 80% mais compartilhadas do que as *fake news*.

QUESTÃO 8

No livro "Estratégia em Mídias Sociais", Cipriani (2014) garante que todas as empresas que desejarem implantar perfis em mídias sociais devem percorrer, obrigatoriamente, quatro fases. Correlacione entre essas fases às suas respectivas atividades e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

- I- Execução e lançamento.
 - II- Avaliação das mídias sociais e ambiente interno.
 - III- Gerenciar, monitorar e adaptar.
 - IV- Definição da estratégia e plano executivo.
-
- () Testar e executar piloto para as novas soluções já integradas.
 - () Fazer workshops internos para divulgar o projeto e envolver as partes interessadas.
 - () Analisar sistemas e políticas de TI.
 - () Mapear processos que serão impactados pela iniciativa.
 - () Desenvolver *Business Case*.

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

QUESTÃO 9

Segundo Jenkins (2009), existe uma cultura da convergência em que a interação evoluiu para a participação do público. Quanto à análise desse fenômeno, é correto afirmar que:

- (A) a convergência representa um deslocamento de conteúdo de mídia genérico em direção a um conteúdo que flui por vários canais.
- (B) apesar de ser uma mudança de paradigma, a convergência depende dos mecanismos de distribuição específicos.
- (C) a convergência segue em direção a relações cada vez mais superficiais entre a mídia corporativa e a cultura participativa.
- (D) a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado ameaça os modos antigos de fazer negócios.
- (E) em alguns casos, a convergência é evitada pelas corporações como um modo de moldar o comportamento do consumidor.

QUESTÃO 10

No livro "Produção e Direção para TV e Vídeo", Kellison (2007) lista 10 dicas para se criar um curta-metragem tanto de ficção quanto de não ficção. De acordo com os argumentos da autora, assinale a opção INCORRETA.

- (A) Evite usar narração para transmitir o que você pensa. Pense na narração como um meio de introduzir a história ou expressar pontos interessantes.
- (B) Os primeiros minutos dos projetos são destinados a dar o tom. Pense sobre a abertura e busque estilos tradicionais para criar identificação com o público.
- (C) Sequências de montagem servem para um propósito bastante específico: seguir com a história de uma forma prática.
- (D) A sequência de créditos não deve imitar a de um filme de cinema. Um curta-metragem de 10 minutos de duração e dois minutos de crédito é desnecessário.
- (E) Quanto maior a duração do projeto, mais forte deve ser a história. O foco deve ser sempre a história, seja o projeto de ficção ou um documentário.

QUESTÃO 11

No livro "Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia", Duarte (2018) analisa quais são os desafios do novo século. Acredita-se que o século XXI chegou trazendo o aprofundamento da globalização e a aceleração da evolução das tecnologias de informação e comunicação. No tocante aos novos desafios defendidos nesse título, assinale a alternativa correta.

- (A) As organizações tornam-se, paradoxalmente, cada vez mais complexas e mais locais ao mesmo tempo.
- (B) A universalização do acesso à comunicação, à informação e aos bens de consumo são condições a desenvolver.
- (C) A produção de informações tende a ser cada vez mais descentralizada e sem limite de controle.
- (D) Um dos desafios é desenvolver maneiras de monitoramento e relacionamento com redes intrapessoais.
- (E) A comunicação deve contribuir para a construção de relações mais sustentáveis, integradoras e facilitadoras.

QUESTÃO 12

Para Torquato (2015), a empresa utiliza a comunicação para influenciar o comportamento da comunidade empresarial. A respeito desse tema, quais são os dois tipos de objetivos que se podem observar na comunicação?

- (A) Econômico e organizacional.
- (B) Consumatório e instrumental.
- (C) Social e econômico.
- (D) Instrumental e institucional.
- (E) Social e organizacional.

QUESTÃO 13

De acordo com Pena (2015), em qual modelo teórico os pressupostos a seguir se enquadram?

"O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade. Dessa forma, é no trabalho de enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la".

- (A) Teoria Organizacional.
- (B) Teoria do Agendamento.
- (C) Teoria do Espelho.
- (D) Teoria do *Newsmaking*.
- (E) Teoria do *Gatekeeper*.

QUESTÃO 14

De acordo com o livro "Teoria das Mídias Digitais" (Martino, 2015), apesar de possuírem diferenças significativas, os termos memes e virais são muitas vezes utilizados como sinônimos. Nesse contexto, é correto afirmar que:

- (A) os memes tendem a ser reproduzidos milhares de vezes em sua forma original, já os virais são modificados de inúmeras formas no processo de replicação.
- (B) enquanto os virais em geral permanecem imutáveis, os memes "evoluem" e podem ser amplamente transformados durante o processo de replicação.
- (C) os virais são transmitidos, primordialmente, entre indivíduos. No entanto, tornam-se fenômenos culturais e sociais que ultrapassam a ligação entre as pessoas.
- (D) no caso dos memes, a carga emocional é relevante na medida em que seu compartilhamento depende do impacto causado.
- (E) os virais tendem a ganhar uma amplitude de divulgação maior, enquanto os memes tendem a ser direcionados para públicos específicos.

QUESTÃO 15

“É o profissional que regula o processo de produção de uma agência, visando conciliar as possibilidades internas de geração de planos e de peças/ações da agência com as demandas dos diversos clientes. Profissional com extrema capacidade para organização de trabalhos e geração de processos, seja mediante controles físicos ou virtuais”. De acordo com Sant’anna (2018), a que profissional a descrição acima se refere?

- (A) Mídia.
- (B) Atendimento.
- (C) Tráfego.
- (D) Produtor gráfico.
- (E) Planejamento.

QUESTÃO 16

Pena (2015) apresenta, no livro “Teorias do Jornalismo”, algumas variações estilísticas de lides sistematizadas por João de Deus que frequentemente ocorrem no jornalismo diário. Assinale a opção em que o lide abre o texto com a reconstituição do cenário onde estão os personagens da história a ser narrada.

- (A) Clássico.
- (B) Conceitual.
- (C) Circunstancial.
- (D) Explicativo.
- (E) Descritivo.

QUESTÃO 17

De acordo com Kellison (2007), no livro “Produção e Direção para TV e Vídeo”, correlacione corretamente, os verbetes e às suas respectivas explicações, assinalando, a seguir, a opção que apresenta a sequência correta.

TERMOS

- I- Cross-boarding
- II- B-roll
- III- Cookie
- IV- Back-end
- V- Bins

EXPLICAÇÕES

- () Receita que entra no final do projeto.
- () Pastas para armazenamento digital.
- () Cenas extras além das filmagens principais.
- () Fino painel recortado de iluminação.
- () Filmar cenas de episódios diferentes no mesmo set.

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

QUESTÃO 18

Segundo o “Dicionário de Comunicação”, (Rabaça e Barbosa, 2002) identifique o verbete que apresenta a explicação, respectivamente, correta.

- (A) *Filmstrip*: são luzes laterais e de apoio, também conhecidas como atenuantes.
- (B) *Rafe*: esboço inicial do planejamento gráfico de qualquer trabalho a ser impresso.
- (C) *Foguete*: estimativa de audiência para programa de rádio ou televisão.
- (D) *Ralenti*: adendo que se acrescenta ao pé de um anúncio ou mensagem.
- (E) *Follow up*: é geralmente usado para corrigir problemas de superexposição.

QUESTÃO 19

Na obra “Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias”, Barbeiro (2013) aborda o esforço de alguns veículos em alcançar a independência editorial. A esse respeito, assinale a opção correta.

- (A) Sem nenhuma autonomia econômica e financeira, não se pode fazer jornalismo independente.
- (B) A sociedade espera que a ação jornalística se vincule a algum interesse especial, visando aumentar a audiência.
- (C) As emissoras públicas de conteúdo e as estatais dependem economicamente dos governos e são manipuladas por eles.
- (D) É necessário varrer a publicidade da emissora pública para não comprometer a sua independência.
- (E) A programação de uma empresa privada é necessariamente de má qualidade, pois não tem limites estabelecidos pelos acionistas e pela publicidade.

QUESTÃO 20

Segundo Sant’anna (2018), das técnicas utilizadas, a mais simples e mais importante operação de *merchandising* é a:

- (A) promoção.
- (B) amostra.
- (C) exhibitécnica.
- (D) liquidação.
- (E) propaganda.

QUESTÃO 21

De acordo com Amaral Filho (2024), no final de 2023, a Federação Nacional dos Jornalistas publicou uma pesquisa acerca do mercado formal para jornalistas. O levantamento mostrou que as vagas haviam encolhido 21,3% no intervalo de nove anos. De 2013 a 2022, quase todas as funções apresentaram queda no número de trabalhadores. De acordo com a obra "Jornalismo e IA generativa", qual das profissões abaixo NÃO apresentou queda no número de postos de trabalho.

- (A) Repórter fotográfico.
- (B) Editor de texto e imagem.
- (C) Editor de jornal.
- (D) Editor de mídia eletrônica.
- (E) Jornalista especializado em mídias sociais.

QUESTÃO 22

De acordo com Kellison (2007), na fase de pós-produção de um projeto, o produtor é o profissional responsável por elaborar a planilha de registros. É correto afirmar que essa planilha deve incluir as seguintes informações:

- (A) cenas gravadas em estúdio, de arquivo e de banco de imagens.
- (B) trilhas de áudio, orçamento da produção e estimativa de custos.
- (C) a câmera e as lentes utilizadas nas filmagens do projeto.
- (D) comentários sobre a ação que se desenrola na tomada.
- (E) elementos gráficos, animação e observações do diretor.

QUESTÃO 23

Bann (2012) apresenta uma lista de verificação de controle de qualidade para evitar erros nos trabalhos gráficos. Nesse sentido, assinale a opção correta.

- (A) O decalque ocorre quando a gráfica não mantém cores consistentes em toda a tiragem.
- (B) Os defeitos de encadernação costumam ser os mais difíceis de corrigir, pois, em geral, exigem que o trabalho seja totalmente refeito.
- (C) As pintas são as cores fora do registro e projetadas além da borda do conjunto de quatro cores, criando um efeito visual desfocado.
- (D) O erro de registro ocorre quando áreas de cor lisa são cercadas de áreas não impressas, causadas por sujeira, ciscos ou restos de tinta.
- (E) A variação de cor ocorre quando há uma transferência indesejada de tinta para o verso de outra folha durante a impressão.

QUESTÃO 24

No livro "Administração de Marketing", Kotler (2014) traz os tipos de poder que os fabricantes podem exercer para obter cooperação. Assim, observe as opções abaixo e assinale a que apresenta o conceito correto.

- (A) Poder de especialista: o fabricante detém um conhecimento especial valorizado pelos intermediários.
- (B) Poder coercitivo: o fabricante exige dos intermediários um comportamento que seja garantido por contrato.
- (C) Poder de recompensa: o fabricante é tão respeitado que os intermediários se sentem orgulhosos por estarem associados a ele.
- (D) Poder legitimado: o fabricante ameaça reduzir os investimentos ou encerrar o relacionamento caso os intermediários não cooperem.
- (E) Poder de referência: o fabricante oferece aos intermediários um benefício adicional para que realizem ações ou funções específicas.

QUESTÃO 25

Segundo Torquato (2015), no livro "Comunicação nas Organizações", os atos comunicativos devem ser classificados nas seguintes áreas-chave:

- (A) comunicação estratégica integrada, comunicação mercadológica e sistemas de comunicação.
- (B) comunicação social, comunicação institucional e comunicação mercadológica.
- (C) comunicação interna, comunicação externa e sistemas de informação.
- (D) comunicação social, comunicação governamental e comunicação estratégica integrada.
- (E) comunicação cultural, comunicação coletiva e sistemas de informação.

QUESTÃO 26

De acordo com Pena (2015), pode-se afirmar que o lide exerce uma série de funções no relato. Assinale a opção INCORRETA.

- (A) Oferecer o contexto em que ocorreu o evento.
- (B) Resumir a história, da forma mais detalhada possível, sem perder a articulação.
- (C) Provocar o leitor o desejo de ler o restante da matéria.
- (D) Apontar a singularidade da história.
- (E) Articular de forma racional os diversos elementos constitutivos do acontecimento.

QUESTÃO 27

“É um conjunto de princípios e disposições historicamente produzidos voltados para a ação cujo objetivo é balizar as ações humanas. Ela existe como referência para os homens em sociedade, e está associada à ideia de conduta virtuosa e a valores como dignidade, justiça, honestidade, solidariedade”. Segundo Barbeiro (2013), essa definição corresponde à:

- (A) filosofia.
- (B) deontologia.
- (C) ética.
- (D) lei.
- (E) moral.

QUESTÃO 28

Para Cipriani (2014), as empresas que não medem o retorno sobre o investimento (ROI), na maioria dos casos, não o fazem porque não sabem como mensurá-lo. Em relação ao livro “Estratégia em Mídias Sociais”, assinale a opção correta sobre o ROI.

- (A) As formas mais usadas para medir o desempenho nas mídias sociais são métricas qualitativas de atividades.
- (B) As três métricas qualitativas mais populares são: número de usuários, visualizações de páginas e frequência de visitas.
- (C) Não conseguir medir o ROI ou acompanhar os benefícios é o que mais inibe as empresas a utilizar as mídias sociais.
- (D) O retorno sobre o investimento de uma empresa começa no estabelecimento das dimensões estratégicas.
- (E) Muitas empresas utilizam métricas qualitativas mais complexas que medem, por exemplo, o *Net Promoter Score*.

QUESTÃO 29

Martino (2015) recorre ao pesquisador Dominique Wolton para explicar a diferença entre a comunicação e a informação, além de analisar o papel das tecnologias e os desafios da atualidade. Assinale a opção correta de acordo com o livro “Teorias das Mídias Digitais”.

- (A) O autor francês dá um peso e uma profundidade bem maior à informação, colocada em outro nível, se comparada à comunicação.
- (B) A comunicação é o espaço da transmissão e, no máximo, da resposta programada a uma determinada mensagem.
- (C) A relação de comunicação requer tempo, profundidade e disposição. O resultado é uma progressiva valorização da informação em detrimento da comunicação.
- (D) Em uma visão positiva das tecnologias de informação e dos meios, ambos existem fora do contexto de relações de comunicação.
- (E) As tecnologias permitem o acesso ao outro e isso significa construir relações de comunicação com outras pessoas, grupos e povos.

QUESTÃO 30

O “Manual de Comunicação da Secretaria de Comunicação Social” (Senado Federal, 2023) descreve que a qualidade da informação - regra básica para o combate à desinformação - deve caracterizar-se pela clareza, correção, pluralidade e completude, independentemente dos formatos e dos conteúdos. No âmbito da qualidade da informação, a obra define que os textos jornalísticos devem conter informação:

- (A) criativa, linguagem metafórica e ser divulgados com agilidade.
- (B) objetiva, linguagem acessível e ser divulgados com agilidade.
- (C) objetiva, linguagem informal e ser divulgados com agilidade.
- (D) criativa, linguagem acessível e ser divulgados com cautela.
- (E) interessante, linguagem acessível e ser divulgados em tempo real.

QUESTÃO 31

A expressão "pós-verdade" (*post-truth*) se tornou oficialmente reconhecida em novembro de 2016, quando foi considerada a palavra do ano pelo *Oxford Dictionary*, da Universidade de Oxford. Mas Forni (2022), no livro "Gestão de Crises e Comunicação", quanto ao contexto da pós-verdade, afirma que:

- (A) fatos objetivos têm mais influência em moldar a opinião pública do que apelos emocionais e crenças pessoais.
- (B) houve uma valorização da verdade factual no debate público em detrimento dos boatos espalhados na Internet.
- (C) não é porque a mentira ganhou nova embalagem que a pós-verdade deixou de ser mentira no confronto com os fatos.
- (D) o termo pós-verdade foi usado pela primeira vez em 2016 pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich.
- (E) durante décadas, a objetividade, ou o objetivo de determinar a melhor verdade disponível, cresceu de importância.

QUESTÃO 32

De acordo com Faustino (2019), "é uma publicação criada automaticamente pelo gestor de anúncios do Facebook ou do Instagram que é exatamente idêntica ao *post* original, mas serve apenas para anúncio, o que significa que todos os "*likes*", comentários e estatísticas não ficarão refletidos na publicação original feita no Instagram". Essa definição se refere a que tipo de publicação?

- (A) Posts impulsionados.
- (B) *Link building*.
- (C) *Search engine optimization*.
- (D) *Insta stories*.
- (E) *Darkpost*.

QUESTÃO 33

De acordo com o livro "Cultura da Convergência" (Jenkins, 2009), pessoas da indústria do entretenimento falam muito, hoje em dia, sobre o que o repórter da Wired Chris Anderson chama de "A Cauda Longa". No tocante a esse conceito, é correto afirmar que:

- (A) embora os custos de distribuição tenham diminuído, as empresas não têm conseguido manter mais títulos em circulação.
- (B) se a comunicação de nichos utilizar a web para se mobilizar, as empresas que gerarem conteúdo mais diversificado poderão obter maiores lucros.
- (C) o conteúdo de nicho tem uma chance sem precedentes de se tornar lucrativo, caso as empresas aumentem, consideravelmente, o preço de conteúdos de interesses particulares.
- (D) o modelo de "Cauda Longa" pressupõe um consumidor cada vez mais alienado, que aceita passivamente a recomendação desses conteúdos.
- (E) trata-se de um modelo baseado em acesso gratuito para, por exemplo, assistir a uma temporada de episódios entregues em sua casa via banda larga.

QUESTÃO 34

De acordo com a obra "Teoria da Comunicação" (Martino, 2014), assinale a opção que completa corretamente as lacunas da sentença abaixo.

A hipótese do _____ mostra que, ao longo prazo, há uma tendência dos receptores e da mídia a pensarem de maneira semelhante. O público tende a usar referências provenientes das mensagens dos _____. Dessa maneira, o modo como _____ um determinado assunto deixa de ser visto como arbitrário na medida em que o público compartilha as mesmas referências.

- (A) Modelo de Lasswell / meios de comunicação / as redes sociais tratam.
- (B) Modelo do Agenda-Setting / relacionamentos próximos / as redes sociais tratam.
- (C) Modelo do Agenda-Setting / meios de comunicação / a mídia trata.
- (D) Efeito de Enquadramento / meios de comunicação / a mídia trata.
- (E) Efeito de Enquadramento / relacionamentos próximos / a mídia trata.

QUESTÃO 35

Com base no livro "Marketing Digital na prática", de Faustino (2019), coloque V (verdadeiro) ou F (falso) nas afirmativas abaixo e assinale a opção correta.

- () Embora o seu *storie* no Instagram seja a sua principal vitrine e também uma das grandes razões para ganhar mais seguidores na rede social, é importante ter uma estratégia de conteúdo para o seu *feed*.
- () Os *insta stories* têm um alcance muito maior e uma taxa de visualização bem superior aos conteúdos do *feed* do Instagram. Além do mais, nos *stories*, pressupõe-se uma abordagem mais bem trabalhada em termos de tratamento de conteúdo.
- () Os *stories* do Instagram são uma ferramenta fantástica de comunicação e permitem-lhe criar uma ligação mais próxima e mais emocional com os seus seguidores.
- () Por norma, os *stories* são muito utilizados para mostrar coisas do dia a dia, o *backstage* do seu negócio e/ou para realizar questionários, perguntas, brincadeiras e publicar conteúdos que tendencialmente não são colocados no *feed* do Instagram.

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

QUESTÃO 36

Quanto à sua repercussão, segundo Melo (2020), as notícias classificam-se em:

- (A) sensacionais, extraordinárias e importantes.
- (B) sensacionais, extraordinárias e políticas.
- (C) extraordinárias, políticas e comuns.
- (D) previsíveis, sensacionais e políticas.
- (E) diversas, regionais e políticas.

QUESTÃO 37

Para Farias (2011), as instituições que se fazem presentes nas mídias sociais precisam enfrentar, necessariamente, alguns pontos de atenção e riscos ao trabalhar com conteúdo gerado por usuário. Assinale a opção correta, de acordo com o autor do livro "Relações Públicas Estratégicas".

- (A) Para atestar a qualidade e a autenticidade do conteúdo, a solução é criar um sistema de reputação dos usuários.
- (B) Construir sistema de pontuação de conteúdo, rankings, classificações e votações pode ser associado à maneira como se controla o conteúdo publicado no site.
- (C) Instituir mediadores para monitorar o conteúdo e contar com mecanismos de denúncias da própria comunidade evitam a violação de direitos autorais.
- (D) Os termos de autorização e originalidade de conteúdo devem ser usados em caso de mudança de foco de editores para mediadores.
- (E) Para não ocorrer a perda de controle do conteúdo do site, as instituições devem criar um mecanismo de denúncia de conteúdo impróprio.

QUESTÃO 38

Com relação às mídias sociais, assinale a opção correta de acordo com o "Manual de Comunicação da Secretaria de Comunicação Social" (Senado Federal, 2023).

- (A) Os jornalistas e *social media* devem manter-se vigilantes ao surgimento de novas plataformas, a fim de garantir os domínios dos perfis das áreas e veículos da Secom, mesmo que não haja atuação naquela rede.
- (B) Os usuários devem ser respondidos em todos os casos e, preferencialmente, na forma escolhida por quem enviou a mensagem: pública ou privada.
- (C) Não há limitação máxima de publicações diárias, mas é recomendável que, nos perfis dos veículos jornalísticos, haja pelo menos três publicações nos dias úteis.
- (D) Os perfis das diversas áreas buscarão a interatividade, seja reativamente, respondendo às mensagens direcionadas ao perfil, ou proativamente, por meio da identificação de menções ao Senado ou a temas legislativos relacionadas à Casa.
- (E) O compartilhamento de postagens de outros perfis do Senado não é permitido e não é considerado como estratégia de comunicação. Em casos específicos, após autorização, o conteúdo pode ser publicado, mas deve ter relação direta com o conteúdo do perfil.

QUESTÃO 39

Segundo Erbolato (2008), assinale a opção que preenche corretamente as lacunas da sentença abaixo.

"Hoje, novos esquemas são adotados. O recurso foi o de dar ao leitor reportagens que complementam o que foi ouvido no rádio e na televisão. Adotou-se, para isso, a pesquisa, tendo como fonte os arquivos dos jornais e as bibliotecas e, ao lado deles, a obtida através da movimentação de equipes de repórteres, que coligem dados secundários ou que ocorreram concomitantemente com o fato principal. Dessa forma surgiu o chamado jornalismo interpretativo, também conhecido como _____, _____ ou _____".

- (A) jornalismo motivacional / jornalismo de dados / jornalismo em profundidade
- (B) jornalismo interpretativo / jornalismo explicativo / jornalismo diversional
- (C) jornalismo informativo / jornalismo opinativo / jornalismo motivacional
- (D) jornalismo ilustrativo / jornalismo explicativo / jornalismo informacional
- (E) jornalismo em profundidade / jornalismo explicativo / jornalismo motivacional

QUESTÃO 40

Em "Teoria das Mídias Digitais", Martino (2015) relembra conceitos defendidos por Marshall McLuhan, que cunhou o termo Aldeia Global. De acordo com o livro citado, assinale a opção correta.

- (A) As narrativas orais ampliam as possibilidades de conhecimento e inteiração com a realidade.
- (B) A comunicação eletrônica desloca-se novamente para os ouvidos e para os olhos, bem como para a voz.
- (C) O fluxo de imagens e sons marca um retorno da narrativa oral, agora mediada pela eletrônica e tornada audiovisual e sensorial.
- (D) A leitura ganha espaço diante da imagem e o signo escrito perde espaço para os signos audiovisuais.
- (E) Na Aldeia Global, a alfabetização pelos signos da escrita soma-se à preparação audiovisual para os meios eletrônicos.

QUESTÃO 41

No livro "Cultura da Convergência", Jenkins (2009) descreve diversas características da narrativa transmídia. Sobre esse assunto, assinale a opção correta de acordo com o autor.

- (A) Trata-se de uma história que se desenrola por meio de múltiplas plataformas de mídia, com um mesmo texto, contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo.
- (B) Cada meio faz o que faz de melhor, a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela TV e ir parar nos jornais impressos.
- (C) Trata-se de universo que pode ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões.
- (D) A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma experiência superficial que motiva mais o consumo.
- (E) A redundância renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor.

QUESTÃO 42

Barbeiro (2013), na obra "Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias", traz sugestões para a atuação do chefe de jornalismo. Nesse sentido, assinale a opção correta.

- (A) O chefe de jornalismo participa do processo de produção das notícias, discutindo a pauta, sugerindo entrevistados, conversando com repórteres e âncoras sobre as matérias que vão ao ar, e deve ser sempre aberto ao diálogo.
- (B) É preciso buscar ao máximo o aumento do nível de especialização da redação. Isso melhora a qualificação dos jornalistas, combate a alienação, facilita a circulação de informações e diminui a burocracia.
- (C) Por ser um cargo altamente sensível, o chefe de jornalismo deve ficar reservado no seu "aquário", cuidando para que as reivindicações da equipe, principalmente as salariais, não cheguem ao conhecimento da direção da empresa.
- (D) O editor-chefe é o profissional mais adequado para cuidar do acesso de todos às informações de interesse da redação, enviando e-mails internos ou repassando os que chegam do chefe de jornalismo e da direção, com críticas ou elogios.
- (E) Um dos elementos que mais agregam, motivam e estimulam o trabalho nas redações é a produção de reportagens de "interesse da casa". O chefe de jornalismo deve incentivar esse tipo de trabalho, pois valoriza o público interno da empresa.

QUESTÃO 43

Em virtude do planejamento de relações públicas nas organizações, Kunsch (2003) considera essenciais alguns tipos de pesquisa e auditoria, de cuja utilização a área não pode prescindir. No tocante a essas definições, qual delas têm a finalidade de destacar informações realmente significativas para a correta análise de um problema, residindo a sua significação na qualidade do público entrevistado, e não na quantidade?

- (A) Auditoria da Comunicação Organizacional.
- (B) Pesquisa de Opinião Pública.
- (C) Pesquisa Institucional.
- (D) Auditoria de Opinião.
- (E) Auditoria de Imagem.

QUESTÃO 44

Kunsch (2003) define que a comunicação institucional é formada pelas subáreas ou pelos instrumentos que convergem para formatar uma comunicação da organização. Levando em consideração os conceitos descritos no livro "Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada", assinale a opção correta quanto aos instrumentos.

- (A) Jornalismo Digital, Relações Públicas e Marketing Cultural.
- (B) Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Marketing Institucional.
- (C) Relações Públicas, Publicidade/Propaganda e Jornalismo Digital.
- (D) Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Publicidade/Propaganda Institucional.
- (E) Jornalismo Empresarial, Relações Públicas e Jornalismo Digital.

QUESTÃO 45

Na obra "Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada", Kunsch (2003) traz as funções essenciais para o processo de planejamento e gestão das relações públicas nas organizações. Qual função mencionada pela autora ajuda as organizações a se posicionarem perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento, isto é, a sua missão, quais são os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como ajuda a definir uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro?

- (A) Administrativa.
- (B) Política.
- (C) Mediadora.
- (D) De relacionamento.
- (E) Estratégica.

QUESTÃO 46

De acordo com Kotler (2021), assinale a opção correta quanto à geração descrita na obra Marketing 5.0: "É a geração que está mais aberta a conteúdo produzido por marcas, como canais de resenha de brinquedos no YouTube. O estilo de aprendizagem dessa geração é experimental e empírico. Ela se sente bem à vontade com brinquedos tecnológicos, aparelhos inteligentes e vestíveis. E considera a tecnologia não apenas uma parte integral de sua vida, mas também uma extensão de si mesma".

- (A) Geração X.
- (B) Geração Y.
- (C) Geração Z.
- (D) Geração Alfa.
- (E) Geração Beta.

QUESTÃO 47

Segundo Torquato (2015), as empresas globais, que se caracterizam por uma extrema capacidade de adaptação, possuem modelos que apresentam alguns traços característicos. Sobre essa questão, assinale a opção INCORRETA.

- (A) Forte identificação com os valores das sociedades em que operam.
- (B) Significativo empenho em criar um conceito de qualidade.
- (C) Acionam os mecanismos da clássica publicidade institucional, apresentando seus méritos e suas qualidades.
- (D) Estruturas de comunicação em nível de diretoria, posição que demonstra a importância atribuída ao setor.
- (E) Grande sensibilidade para o planejamento de estratégias comunicativas em épocas de crise.

QUESTÃO 48

"Além do código, o outro suporte da mensagem é o canal no qual ela existe. O canal é o elemento no qual a comunicação acontece. A linguagem utilizada nesta função geralmente não diz nada, exceto que o canal da mensagem está ativo. Centrada no canal, é também chamada de função de contato."

De acordo com Martino (2014), qual é a função descrita no trecho acima?

- (A) Fática.
- (B) Poética.
- (C) Conativa.
- (D) Referencial.
- (E) Expressiva.

QUESTÃO 49

Conforme Bann (2012), no livro "Novo Manual de Produção Gráfica", assinale a opção que apresenta uma vantagem da impressão *offset*.

- (A) É econômica para pequenas tiragens (500 exemplares ou menos).
- (B) Boa reprodução de detalhes e fotografias.
- (C) Não envolve custos relacionados a fotolitos ou chapas.
- (D) Permite a personalização dos dados.
- (E) Tem prazo de entrega menor.

QUESTÃO 50

No livro "Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia", Duarte (2018) ressalta a importância de as instituições adotarem a comunicação estratégica. Com relação a esse assunto, assinale a opção INCORRETA.

- (A) Atividade relevante, fundamental e conectada com os objetivos organizacionais.
- (B) Produz impacto predeterminado e gera resultados significativos.
- (C) Ser estratégico é uma conquista e não algo que não se recebe de presente.
- (D) Decisão consciente do caminho a ser percorrido a partir de certo contexto.
- (E) Aumentou a importância de intermediários e fez surgir novas formas de diálogo.

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.

Marinha do Brasil mobiliza fragatas, navios e submarinos em megapatrolha na Amazônia Azul contra o narcotráfico internacional

Nos últimos meses, a Marinha do Brasil reforçou sua presença no Atlântico em uma operação que vai muito além da defesa das fronteiras marítimas. O país está enfrentando uma escalada silenciosa, mas estratégica, contra o narcotráfico internacional, que hoje se infiltra em portos, mares e até rotas aéreas sob o olhar atento das Forças Armadas. O que antes parecia distante das águas brasileiras agora se tornou prioridade nacional, especialmente após os Estados Unidos intensificarem ações militares contra cartéis nas Américas. A Marinha do Brasil, ciente da expansão das rotas marítimas do tráfico, posicionou navios de guerra, fragatas e submarinos ao longo da chamada Amazônia Azul, uma área de mais de 5,7 milhões de km² sob jurisdição brasileira. Segundo a própria instituição, o objetivo é impedir que o Atlântico se torne uma via livre para o crime organizado.

A Operação Narco Vela, conduzida pela Polícia Federal com apoio da *Drug Enforcement Administration* (DEA), da Marinha dos EUA e de forças navais da Espanha e França, desmantelou uma quadrilha que usava veleiros e barcos oceânicos para transportar cocaína até a Europa e África. Um dos episódios mais marcantes ocorreu quando um veleiro brasileiro, interceptado próximo à costa africana, foi abatido por navios norte-americanos ao transportar mais de 3 toneladas de cocaína. Em dezembro de 2024, um pesqueiro brasileiro com 1,6 tonelada de cocaína foi capturado a 900 km de Cabo Verde por um navio da Marinha de Portugal, confirmando a participação de facções brasileiras em rotas internacionais. Esses episódios reforçam a necessidade de uma presença constante da Marinha, que agora atua em cooperação direta com países aliados da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN).

Com o cerco se fechando no Atlântico, as facções buscaram rotas alternativas, inclusive pelo oceano Pacífico, usando corredores logísticos como a ligação Brasil-Chile para alcançar Oceania e Ásia. Autoridades brasileiras alertam que projetos de integração continental, como rodovias e ferrovias bioceânicas, precisam de controle rigoroso para evitar que se transformem em novos caminhos do tráfico internacional. O Comando Vermelho e o PCC deixaram de atuar apenas no varejo interno e se tornaram grandes exportadores de cocaína, operando de forma transnacional. Usando navios mercantes e embarcações clandestinas, essas organizações movimentam toneladas de drogas escondidas em contêineres de cargas legais que partem de portos brasileiros rumo à Europa e África. A África Ocidental virou um ponto estratégico de passagem, servindo como entreposto logístico para os cartéis globais.

A mobilização da Marinha do Brasil, com suas fragatas, corvetas e submarinos, faz parte de uma estratégia maior de defesa da soberania e combate ao crime organizado. As Forças Armadas brasileiras — Marinha, Exército e FAB — têm intensificado operações conjuntas como a Operação Ágata, que envolve milhares de militares em ações simultâneas de reconhecimento aéreo, patrulhamento fluvial e controle de fronteiras. Essas medidas mostram que o Brasil está determinado a proteger seus mares e fronteiras, e a Marinha, em especial, assumiu o protagonismo nesse novo cenário. Como afirmou o almirante Marcos Sampaio Olsen, comandante da força: “A defesa da Amazônia Azul é a defesa do próprio Brasil. Nenhum país pode se dar ao luxo de perder o controle sobre suas águas.”

Disponível em: <https://www.sociedademilitar.com.br/2025/11/marinha-do-brasil-mobiliza-fragatas-navios-e-submarinos-em-megapatrolha-na-amazonia-azul-contra-o-narcotrafico-internacional.html>. Acesso em: 24 de fevereiro de 2026. (adaptado)

PROPOSTA DE REDAÇÃO - A partir da leitura do texto de apoio e de suas reflexões, redija uma dissertação argumentativa a respeito do tema “**A missão da Marinha do Brasil no combate ao narcotráfico na Amazônia Azul**”. 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 assinie corretamente seu nome completo, 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 completo, sem abreviaturas, em letra legível no local indicado;
 - c) assinie 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:



Diretoria de Ensino da Marinha

Nome: **ROBERTO SILVA**

Assinatura: **Roberto Silva**

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO

* Não rasure 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	G
5 7 0 2 0 7	0	2	4

T
A
R
J
A

<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">01</td><td style="text-align: center;">02</td><td style="text-align: center;">03</td><td style="text-align: center;">04</td><td style="text-align: center;">05</td><td style="text-align: center;">06</td><td style="text-align: center;">07</td><td style="text-align: center;">08</td><td style="text-align: center;">09</td><td style="text-align: center;">10</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">11</td><td style="text-align: center;">12</td><td style="text-align: center;">13</td><td style="text-align: center;">14</td><td style="text-align: center;">15</td><td style="text-align: center;">16</td><td style="text-align: center;">17</td><td style="text-align: center;">18</td><td style="text-align: center;">19</td><td style="text-align: center;">20</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">21</td><td style="text-align: center;">22</td><td style="text-align: center;">23</td><td style="text-align: center;">24</td><td style="text-align: center;">25</td><td style="text-align: center;">26</td><td style="text-align: center;">27</td><td style="text-align: center;">28</td><td style="text-align: center;">29</td><td style="text-align: center;">30</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">31</td><td style="text-align: center;">32</td><td style="text-align: center;">33</td><td style="text-align: center;">34</td><td style="text-align: center;">35</td><td style="text-align: center;">36</td><td style="text-align: center;">37</td><td style="text-align: center;">38</td><td style="text-align: center;">39</td><td style="text-align: center;">40</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">41</td><td style="text-align: center;">42</td><td style="text-align: center;">43</td><td style="text-align: center;">44</td><td style="text-align: center;">45</td><td style="text-align: center;">46</td><td style="text-align: center;">47</td><td style="text-align: center;">48</td><td style="text-align: center;">49</td><td style="text-align: center;">50</td></tr> </table>	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	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="text-align: center;">01</td><td style="text-align: center;">02</td><td style="text-align: center;">03</td><td style="text-align: center;">04</td><td style="text-align: center;">05</td><td style="text-align: center;">06</td><td style="text-align: center;">07</td><td style="text-align: center;">08</td><td style="text-align: center;">09</td><td style="text-align: center;">10</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">11</td><td style="text-align: center;">12</td><td style="text-align: center;">13</td><td style="text-align: center;">14</td><td style="text-align: center;">15</td><td style="text-align: center;">16</td><td style="text-align: center;">17</td><td style="text-align: center;">18</td><td style="text-align: center;">19</td><td style="text-align: center;">20</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">21</td><td style="text-align: center;">22</td><td style="text-align: center;">23</td><td style="text-align: center;">24</td><td style="text-align: center;">25</td><td style="text-align: center;">26</td><td style="text-align: center;">27</td><td style="text-align: center;">28</td><td style="text-align: center;">29</td><td style="text-align: center;">30</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">31</td><td style="text-align: center;">32</td><td style="text-align: center;">33</td><td style="text-align: center;">34</td><td style="text-align: center;">35</td><td style="text-align: center;">36</td><td style="text-align: center;">37</td><td style="text-align: center;">38</td><td style="text-align: center;">39</td><td style="text-align: center;">40</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">41</td><td style="text-align: center;">42</td><td style="text-align: center;">43</td><td style="text-align: center;">44</td><td style="text-align: center;">45</td><td style="text-align: center;">46</td><td style="text-align: center;">47</td><td style="text-align: center;">48</td><td style="text-align: center;">49</td><td style="text-align: center;">50</td></tr> </table>	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
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																																																																																												
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																																																																																												

- 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