

MARINHA DO BRASIL
DIRETORIA DE ENSINO DA MARINHA

***(CONCURSO PÚBLICO PARA INGRESSO NO QUADRO
TÉCNICO DO CORPO AUXILIAR DA MARINHA/
CP-T/2013)***

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

COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 1) Considere que durante o lançamento de um navio da Marinha do Brasil, um repórter de uma emissora de rádio perguntou a um representante da Marinha qual a importância desse novo navio para a Marinha do Brasil. Ao fazer este tipo de pergunta, o repórter utilizou que tipo de entrevista?
- (A) Factual.
 - (B) Formal.
 - (C) Interpretativa.
 - (D) Objetiva.
 - (E) Informal.
- 2) Segundo Defleur e Ball-Rokeach(1993), assinale a opção INCORRETA com relação às funções de fala e de linguagem da mídia.
- (A) À proporção que aumentam as atividades totais dedicadas a apreciar os veículos de comunicação de massa, pode-se esperar que as apresentações da mídia aumentem sua influência nos modos como se fala, nas palavras que se empregam e nos significados convencionalmente ligados a seus símbolos.
 - (B) Por ser mais superficial, a mídia de massa limitou a ampliação do vocabulário, o que ocorria de forma mais expressiva e clara quando existiam apenas os veículos impressos.
 - (C) Há duas maneiras pela qual a mídia modifica toda a gama de atividades de comunicação. Uma é através de sua influência nos padrões de fala/pronúncia, gramática e sintaxe. A outra é na linguagem de forma mais genérica, através da ampliação e modificação do vocabulário.
 - (D) A mídia estabelece novas palavras com significados a ela ligados; dissemina os significados de termos existentes; substitui significados antigos por outros novos; e, acima de tudo, oficializa convenções de significados existentes para o vocabulário da linguagem.
 - (E) A função de oficialização pela mídia pode ser facilmente exemplificada pelo constante fluxo de novos vocábulos e significados vinculados que são apresentados às audiências dos veículos.

- 3) "Material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação. Deve ser escrito em linguagem jornalística e segundo critérios essencialmente da área, embora não tenha a pretensão de ser aproveitado na íntegra como texto final".
A definição acima, de acordo com os autores Elisa K. Ferraretto e Luiz A. Ferraretto, refere-se:
- (A) ao RELEASE.
 - (B) à carta-circular.
 - (C) à pauta.
 - (D) ao texto-legenda.
 - (E) ao hipertexto.
- 4) No âmbito da Comunicação Pública, qual é a categoria que é apresentada como sendo relativa ao processo decisório e de ação dos agentes que atuam em temas de interesse público, que incluem discursos, relato de intenções, motivações, prioridades e objetivos?
- (A) Utilidade pública.
 - (B) Gestão.
 - (C) Interesse privado.
 - (D) Prestação de contas.
 - (E) De dados públicos.
- 5) Como se denomina a programação das várias atividades destinadas a estudar, compreender e atender um mercado, que precisa ser preparada sistematicamente e com criatividade?
- (A) Planejamento estratégico.
 - (B) Marketing mix.
 - (C) Plano de marketing.
 - (D) Marketing de guerra.
 - (E) Marketing de desenvolvimento.
- 6) Identificar as comunidades das redes sociais em que a presença de uma empresa será estabelecida, identificar influenciadores e avaliar as ações de mídias sociais já executadas são práticas do planejamento para as mídias sociais referentes a ação de
- (A) monitoramento das redes sociais.
 - (B) definição da mensagem e do conteúdo que será criado.
 - (C) estabelecimento de perfis nas mídias sociais.
 - (D) alimentação das redes sociais.
 - (E) avaliação dos resultados.

- 7) Segundo Barbosa e Rabaça (2002), o que significa FEEDBACK?
- (A) Processo de correção ou alteração da mensagem.
 - (B) Consolidação dos resultados obtidos na transmissão da mensagem.
 - (C) Interferência na recepção da mensagem.
 - (D) Indícios informativos da reação do receptor ante a mensagem que lhe foi transmitida.
 - (E) Nota breve sobre algum acontecimento.
- 8) Segundo Lage(2003), como se denominam as fontes que são mantidas pelo Estado, ou por instituições que preservam algum Poder de Estado?
- (A) Oficiais.
 - (B) Oficiosas.
 - (C) Estatais.
 - (D) De Estado.
 - (E) Institucionais.
- 9) A matéria redigida dando sequência a um assunto que continua a despertar o interesse dos leitores, nas edições seguintes de um jornal, é denominada:
- (A) lide.
 - (B) boxe.
 - (C) nova redação.
 - (D) clichê.
 - (E) suíte.
- 10) Moherdauí(2007), apresenta exemplos de narrativa digital. Como são denominadas as narrativas que são planejadas com antecedência, sendo dedicadas a temas de interesse do usuário, e que devem ser planejadas explorando-se todas as peculiaridades da WEB?
- (A) Reportagens multimídia.
 - (B) Páginas de especiais.
 - (C) Páginas de notícias.
 - (D) Reportagens contextualizadas.
 - (E) Reportagens multiformes.

11) Classifique os meios abaixo em Meio de Comunicação de Massa (M) ou Meio de Comunicação Empresarial (E) e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

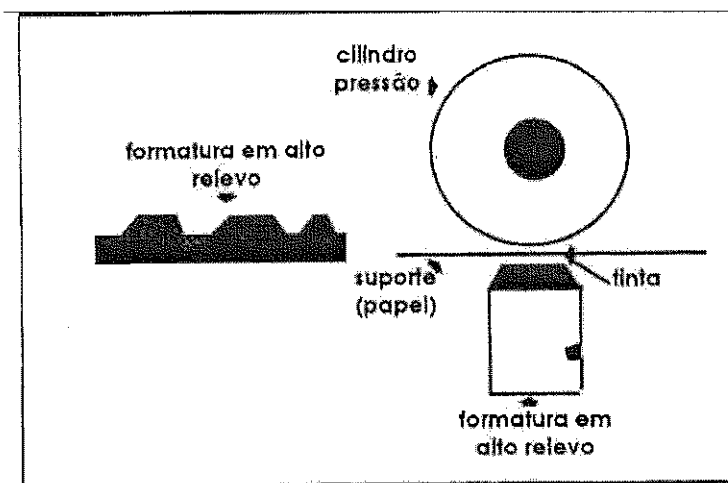
- () Rádio.
- () Fôlder.
- () HOUSE ORGAN.
- () Jornal.
- () Cinema.

- (A) (M) (E) (E) (M) (M)
- (B) (M) (E) (M) (E) (M)
- (C) (M) (M) (E) (E) (M)
- (D) (E) (E) (M) (M) (E)
- (E) (M) (M) (M) (E) (E)

12) Segundo Elisa K. Ferraretto e Luiz A. Ferraretto (2009), assinale a opção INCORRETA em relação às atividades de assessoria de comunicação.

- (A) A função de assessor de imprensa é facilitar a relação entre seus clientes e os formadores de opinião.
- (B) Devido à diversificação da assessoria de imprensa, utiliza-se cada vez mais a expressão jornalismo empresarial.
- (C) A área de relações públicas preocupa-se com a criação, o planejamento e a execução de programas de integração interna e externa.
- (D) Os relações públicas têm a incumbência de realizar pesquisas para conhecer opiniões, hábitos e atitudes dos públicos.
- (E) O setor de publicidade e propaganda busca, de forma direta, o consumo dos produtos ou serviços oferecidos pelas instituições.

13) Analise a figura a seguir.



Assinale a opção que apresenta o tipo de impressão descrito na figura acima.

- (A) Planográfica.
- (B) Tipográfica.
- (C) Flexográfica.
- (D) Encavográfica.
- (E) Irisada.

- 14) Com relação aos conceitos de radiojornalismo, correlacione os conceitos às suas respectivas definições, e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

| CONCEITOS | DEFINIÇÕES |
|-------------------|--|
| I - Decupagem | () Identifica, por meio de uma só palavra, determinada matéria nos roteiros ou nos arquivos. |
| II - Deixa | () Relação entre a entrada e a saída de um sistema de gravação, transmissão e amplificação medidas em decibéis. |
| III - Equalização | () Processo de registro da ordem e da duração das diversas sequências de uma reportagem gravada, com anotação de frases capazes de identificá-las, posteriormente, para fins de edição. |
| IV - Ganho | () Correção eletrônica de sinais de gravação e de reprodução para compensar as deformações na intensidade das frequências, de forma a diminuir a distorção, e fazer com que o som reproduzido se assemelhe ao original. |
| V - Retranca | () Inserção de um trecho de gravação no meio de uma reportagem. |
| | () Palavras finais da matéria que indicam ao locutor e ao operador de som o momento em que outro trecho da informação deve ir ao ar. Designa também o ponto de edição. |

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

15) Segundo Vilas Boas (1996), coloque verdadeiro (V) ou falso (F) nas afirmativas abaixo, em relação às características do texto em revista, e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

- () As revistas podem ser divididas em apenas dois grupos linguísticos: as especializadas e as de informação geral.
- () Quanto mais amplo e mais de massa for o público pretendido por uma revista, mais o repertório linguístico usará formas tradicionais, confirmadas socialmente.
- () Em termos de atualidade, apesar de permanecerem mais tempo nas bancas, as revistas são produtos mais duráveis que os jornais.
- () A revista é mais literária que o jornal no que se refere ao tratamento dado aos textos, admitindo usos estéticos da palavra e recursos gráficos de modo mais flagrante que os jornais.
- () Por possuir um caráter mais contextual, o texto de revista não precisa responder os porquês de um fato, só que ele precisa ter elos e ressonâncias.

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

16) Com relação à Comunicação Institucional, segundo Duarte (org) (2009), é correto afirmar que

- (A) é a forma de comunicação entre a instituição e seu público interno.
- (B) trata-se de situação de comunicação entre duas ou mais organizações.
- (C) trata-se de uma comunicação global que assume, ao mesmo tempo, as preocupações da comunicação externa e aquelas ligadas à comunicação interna.
- (D) pode ser entendida como Comunicação Pública, responsável por estabelecer um fluxo informativo e comunicativo para a construção da opinião do público externo.
- (E) é dirigida a um grande público heterogêneo e anônimo.

- 17) De acordo com Erbolato (2008), existem diversos critérios a serem respeitados em uma notícia. Assinale a opção correta com relação a esses critérios.
- (A) Toda e qualquer notícia possui a característica Proeminência.
 - (B) O critério Impacto refere-se às notícias sobre assassinatos, rixas e as que revelam a audácia dos indivíduos que a planejam.
 - (C) O critério Marco Geográfico é aquele a que se refere a notícia, e não aquele que indica sua procedência.
 - (D) Notícias de Interesse Pessoal não respeitam os critérios referente às notícias, não sendo, portanto, publicadas nos jornais.
 - (E) O critério Consequências é definido como um abalo moral, causado nas pessoas por acontecimentos chocantes ou impressionantes.
- 18) Segundo Lage(2003), como se denomina o planejamento de uma edição ou parte da edição, com a listagem dos fatos a serem cobertos no noticiário e dos assuntos a serem abordados em reportagens, além de eventuais indicações logísticas e técnicas?
- (A) Apuração.
 - (B) Editorial.
 - (C) Reportagem especial.
 - (D) Edição de conteúdo.
 - (E) Pauta.
- 19) Segundo Duarte(org.) (2009), pesquisando e analisando os múltiplos significados e acepções que existem para Comunicação Pública (CP), na bibliografia, em SITES, em cursos universitários, é possível identificar cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional. Uma área em que a comunincação pública NÃO é identificada é a área da comunicação
- (A) organizacional.
 - (B) governamental.
 - (C) científica.
 - (D) cultural.
 - (E) política.

- 20) Quesnel, citado por Torquato do Rego, classifica publicidade, para efeito de sua dimensão, conforme o campo funcional. Sendo assim, é correto afirmar que a criação de confiança, a melhoria da imagem da marca e o estabelecimento de reputação são relacionados à função de
- (A) incentivo.
 - (B) criar hábitos.
 - (C) liderança econômica.
 - (D) expansão de consumo.
 - (E) inovação.
- 21) Sant'anna, Júnior e Garcia (2009) apresentam quatro formatos comuns de construção de diálogos publicitários pelo rádio. Qual desses formatos possui curtíssima duração, em torno de 5 a 7 segundos, cuja exibição costuma ocorrer durante as transmissões esportivas?
- (A) Texto-foguete.
 - (B) SLOGAN.
 - (C) SPOT.
 - (D) JINGLE.
 - (E) Trilha musical.
- 22) Em um comercial de televisão, o que significa LOOK?
- (A) Demonstração do produto ou serviço que esteja sendo vendido durante o período em que o comercial está no ar.
 - (B) Utilização de uma ideia central que será vista por longos períodos.
 - (C) Tempo de exibição de um comercial, mais comumente de 30 e 60 segundos.
 - (D) Audiência do comercial.
 - (E) Elemento visual do comercial que permanece na memória do telespectador depois de algum tempo.
- 23) São características de um texto telejornalístico:
- (A) coloquial, subjetivo e analítico.
 - (B) objetivo, informativo e interpretativo.
 - (C) coloquial, objetivo, e informativo.
 - (D) interpretativo, informativo e simples.
 - (E) subjetivo, coloquial e simples.

- 24) Assinale a opção que apresenta duas cores quentes, que comandam a atenção do leitor em um texto.
- (A) Azul e verde.
 - (B) Azul e vermelho.
 - (C) Vermelho e laranja.
 - (D) Verde e laranja.
 - (E) Azul e preto.
- 25) Em telejornalismo, STAND UP é definido como:
- (A) abertura de uma matéria ao vivo, quando o repórter aparece no vídeo, com uma informação complementar à "cabeça" lida pelo locutor.
 - (B) uma gravação realizada por um repórter no local do acontecimento para transmitir informações do fato.
 - (C) palavras finais de uma reportagem que indicam, ao diretor de TV, o momento exato de mudar de uma reportagem para a reportagem seguinte.
 - (D) o que aparece na cena, o que está sendo focalizado pela câmera do cinegrafista .
 - (E) a gravação feita por um repórter no local do acontecimento com informações a serem usadas no meio da matéria.
- 26) Segundo Elisa K. Ferraretto e Luiz A. Ferraretto (2009), em relação a HOUSE ORGAN, assinale a opção INCORRETA.
- (A) É qualquer veículo impresso ou eletrônico, periódico, de comunicação institucional, dirigido ao público interno e/ou a determinados segmentos do público externo.
 - (B) Em sua produção, deve privilegiar os aspectos institucionais sobre o jornalístico.
 - (C) Deve valorizar os integrantes da organização, mostrando quem são e o que fazem.
 - (D) Deve incentivar o crescimento do leitor, ouvinte, telespectador ou internauta como cidadão, educando o público quanto a seus direitos e promovendo campanhas de esclarecimento, como exemplo nas áreas de saúde e prevenção de acidentes.
 - (E) Deve fornecer leituras interessantes aos familiares dos integrantes da organização.

- 27) Segundo Sodré e Ferrari (1986), assinale a opção que apresenta as principais características de uma reportagem.
- (A) Predominância da forma narrativa, humanização do relato, redundância dos fatos e subjetividades dos fatos narrados.
 - (B) Predominância da forma descritiva, humanização do relato, texto de natureza impressionista e subjetividade dos fatos narrados.
 - (C) Análise da notícia, texto de natureza impressionista, redundância dos fatos e objetividade dos fatos narrados.
 - (D) Predominância da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados.
 - (E) Predominância da forma descritiva, análise da notícia, redundância dos fatos e texto de natureza impressionista.
- 28) Anualmente, na Marinha do Brasil, é gravada uma mensagem de final de ano que é publicada em seu SITE oficial, sendo destinada aos militares e servidores civis. Como se denomina esse tipo de comunicação?
- (A) Direta-recíproca-privada.
 - (B) Indireta-recíproca-pública.
 - (C) Direta-unilateral-pública.
 - (D) Indireta-recíproca-privada.
 - (E) Direta-unilateral-privada.
- 29) Organizar eventos, planejar programas de integração interna e externa, marcar visitas e entrevistas com autoridades, e atender aos diversos públicos são exemplos de atividades realizadas pelo profissional da área de
- (A) Recursos Humanos.
 - (B) Jornalismo.
 - (C) Publicidade.
 - (D) Relações Públicas.
 - (E) Marketing.

- 30) Segundo Zeca Martins (2010), a esmagadora maioria das agências de propaganda possui duplas de criação, que são compostas por:
- (A) redator e arte-finalista.
 - (B) diretor de arte e produtor.
 - (C) chefe de redação e chefe de produção.
 - (D) redator e diretor de arte.
 - (E) produtor e arte-finalista.
- 31) Segundo Lage (2003), em relação às distinções entre notícia e informação jornalística, é INCORRETO afirmar que
- (A) a notícia trata de um fato, acontecimento que contém elementos de ineditismo, atualidade, proximidade e identificação que o tornam relevante. Já a informação trata de um assunto, determinado ou não por fato gerador de interesse.
 - (B) a notícia e a informação jornalística contêm, em geral, o mesmo grau de profundidade no trato do assunto, no entanto, a notícia é mais extensa, enquanto a informação jornalística é mais curta.
 - (C) a notícia independe, em regra, das intenções dos jornalistas, enquanto a informação decorre de intenção de uma "visão jornalística" dos fatos.
 - (D) a notícia típica é de emergência de um fato novo, de sua descoberta ou revelação, enquanto a informação típica dá conta de uma situação momentânea em determinado campo de conhecimento.
 - (E) a notícia é, em geral, mais sumária, pouco durável, enquanto a informação jornalística é mais completa, mais rica na trama de relações entre os universos de dados.
- 32) Ao redigir uma matéria, um jornalista expõe os fatos principais no primeiro parágrafo, oferecendo um resumo. A técnica acima definida utilizada para apresentar a matéria é denominada
- (A) pirâmide normal.
 - (B) sistema misto.
 - (C) pirâmide invertida.
 - (D) descritiva.
 - (E) lidão.

- 33) Como se denomina a peça de propaganda ou promoção de vendas, usada apenas para mostrar o produto e exibir um anúncio ou conter folhetos sobre um produto ou determinada promoção?
- (A) Gôndola.
 - (B) Móbile.
 - (C) DISPLAY expositivo.
 - (D) Tótem.
 - (E) Catálogo.
- 34) Segundo Ramalho (2010), quanto mais precisa for a definição dos objetivos de uma ação nas mídias sociais, melhores serão as chances de medir os resultados. Para isso, as métricas para mídias sociais devem se apoiar nos seguintes pilares:
- (A) influência, conteúdo, marketing.
 - (B) consumidor, visibilidade, engajamento.
 - (C) visibilidade, influência, engajamento.
 - (D) engajamento, postagem, conteúdo.
 - (E) visibilidade, penetração, propaganda.
- 35) Em relação aos pilares das métricas para mídias sociais, assinale a opção INCORRETA.
- (A) VIEWS E PAGE VIEWS referem-se ao número de vezes que uma página, foto, vídeo ou outro material foi visto.
 - (B) BOUNCE RATE é a taxa de visitantes que acessa apenas a primeira página de um site.
 - (C) Novos Visitantes indica a quantidade de pessoas diferentes que acessaram a página.
 - (D) POSTS é a quantidade de tópicos ou textos de uma comunidade.
 - (E) Visitantes de Retorno se refere ao número de usuários que visitaram a página mais de uma vez.

- 36) Paternostro (1999) elenca uma série de características da televisão e do telejornalismo. Com relação ao texto jornalístico assinale a opção correta.
- (A) Frases intercaladas e entre vírgulas são características do texto telejornalístico.
 - (B) O texto telejornalístico deve ser descritivo, sem a preocupação de casar uma imagem com o texto.
 - (C) O imediatismo da televisão obriga um texto a ser redundante para que o mesmo seja absorvido pelo telespectador.
 - (D) No texto telejornalístico, há paralelismo quando o texto e a imagem se complementam, caminhando lado a lado, de forma independente.
 - (E) O texto telejornalístico, por ser claro e conciso, deve responder às seis perguntas clássicas de uma notícia: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê?
- 37) O Código de Ética dos jornalistas brasileiros prevê, no artigo 9º, o dever do jornalista. Assinale a opção que apresenta um desses deveres.
- (A) Resguardar, em qualquer situação, a origem e identidade de suas fontes.
 - (B) Combater e denunciar todas as formas de corrupção.
 - (C) Impedir o livre debate.
 - (D) Adequar-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão vigente.
 - (E) Preservar a língua e a cultura estrangeiras.
- 38) Em telejornalismo, o recurso de imagem, para ser usado na edição, em que o entrevistado aparece calado, olhando para o repórter, ou quando o repórter aparece em CLOSE fazendo uma pergunta para o entrevistado ou escutando-o atentamente é denominado
- (A) contraplano.
 - (B) contraluz.
 - (C) corte.
 - (D) TRAVELLING.
 - (E) plano de fundo.

- 39) Muitas empresas possuem um manual do empregado que é geralmente utilizado para apresentar a empresa ao novo empregado e para atualizar os conhecimentos do empregado antigo referentes à empresa. Essa modalidade de marketing é denominada
- (A) Macromarketing.
 - (B) Marketing de pessoas.
 - (C) MERCHANDISING.
 - (D) Endomarketing.
 - (E) Marketing de relacionamento.
- 40) De acordo com Ramalho (2010), o nível de envolvimento de um usuário na mídia social pode ser visto como uma pirâmide, em que os menos participativos estão na base e os mais ativos no topo. Dentro dessa pirâmide, ele classifica os usuários em três grandes grupos, que são:
- (A) criadores, participativos e público.
 - (B) criadores, críticos e espectadores.
 - (C) fonte, participativos e público.
 - (D) inciantes, críticos e participativos.
 - (E) fonte, espectadores e público.
- 41) Em fevereiro de 2013, a Presidenta Dilma Rousseff inaugurou a UFEM (Unidade de Fabricação de Estruturas Metálicas) em Itaguaí, RJ, parte de um novo Complexo Militar Naval. Na ocasião, foi distribuído, aos jornalistas presentes, um conjunto informativo contendo textos, fotografias e outros materiais destinados à divulgação do evento. Como se denomina esse material de divulgação?
- (A) PRESS KIT.
 - (B) PRESS CLIPPING.
 - (C) Hipertexto.
 - (D) Pré-montagem.
 - (E) PORTFOLIO.

42) Analise o LEAD (lide) a seguir.

"Se você completa 18 anos este ano, faça o seu alistamento militar. Os postos de alistamento funcionam na Região Administrativa do bairro em que você reside. O prazo é até o dia 30 de abril de 2013".

De acordo com Barbosa e Rabaça (2002), o LEAD (lide) acima é classificado como

- (A) circunstancial.
- (B) citação.
- (C) condensado.
- (D) descritivo.
- (E) de apelo direto.

- 43) Correlacione os tipos de entrevista, segundo Lage (2003), às suas respectivas características, e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

| ENTREVISTA | CARACTERÍSTICAS |
|----------------------|--|
| I - Coletiva | () Objetiva a figura do entrevistado ou uma atividade que ele desenvolve e não um acontecimento específico ou um tema particular. |
| II - Testemunhal | () Consiste, geralmente, na exposição de versões ou interpretações de acontecimentos. |
| III- Ritual | () Concedida a apenas um repórter e que só pode ser divulgada pelo veículo que ele representa. |
| IV - Em profundidade | () Tem como principal limitação o bloqueio do diálogo, isto é, da pergunta construída sobre a resposta. |
| V - Temática | () O entrevistado faz um relato sobre um acontecimento, contando suas próprias interpretações e impressões subjetivas. |
| | () O ponto de interesse está mais centrado na exposição do entrevistado do que no que ele tem a dizer. |

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

- 44) Correlacione os conceitos de jornalismo às suas respectivas definições, e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

| CONCEITOS | DEFINIÇÕES |
|---------------|---|
| I - Calhau | () Marcação feita nos originais (textos, fotografias, etc) componentes de uma mesma matéria, para orientar a paginação. |
| II - Olho | () Espaço, geralmente delimitado por fios, que traz informações adicionais ao corpo de uma matéria jornalística, anúncio publicitário ou capítulo de um livro. |
| III- Retranca | () Notícia, artigo ou qualquer matéria de importância relativa (como anúncios a serem publicados por permuta) que, na falta de coisa melhor, serve para encher os buracos originados pela falta de material editorial ou por erro de cálculo de diagramação. |
| IV - Selo | () Intertítulo ou pequeno trecho destacado da matéria, diagramado em corpo maior. |
| V - Quadro | () Fio que separa duas matérias, ou partes de uma mesma matéria e que deixa pequenos espaços em suas extremidades por ser menos largo do que os elementos que separa. |
| | () Marca que distingue e ilustra um assunto focalizado em edições sucessivas de jornal, revista ou telejornal. |

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

- 45) De acordo com Castro Neves (2009), proteger os atributos de imagem da empresa, assegurando a harmonia e impedindo conflitos, entre si, dos elementos da identidade empresarial, entre eles, o discurso institucional e os programas, é o objetivo de que componente da Comunicação Empresarial Integrada?
- (A) Gerência da comunicação programada.
 - (B) Planejamento estratégico da imagem.
 - (C) Gerência do sistema de objetivos.
 - (D) Planejamento da imagem institucional.
 - (E) Gerência da comunicação simbólica.
- 46) Em qual vício de linguagem ocorre uma sequência de sons vocálicos idênticos?
- (A) Solecismo.
 - (B) Eco.
 - (C) Hiato.
 - (D) Cacofonia.
 - (E) Barbarismo.
- 47) Segundo Castro Neves (2009), *ISSUE MANAGEMENT* é um processo de 5 (cinco) etapas. Assinale a opção que NÃO apresenta uma etapa desse processo.
- (A) Desenvolvimento da estratégia.
 - (B) Execução do plano de ação.
 - (C) Análise do *ISSUE*.
 - (D) Pesquisa de opinião pública.
 - (E) Avaliação dos resultados e *FEEDBACK*.
- 48) Kotler, Hermawan e Setiawan (2010), apresentam quatro tipos diferentes de valores corporativos, que são:
- (A) adquiridos, corporativos, acidentais e essenciais.
 - (B) de permissão para jogar, corporativos, de aspiração e adquiridos.
 - (C) adquiridos, compartilhados, institucionais e de consumo.
 - (D) compartilhados, acidentais, institucionais e de consumo.
 - (E) de permissão para jogar, de aspiração, acidentais e essenciais.

- 49) Em editoração, o que significa LAYOUT?
- (A) Método de leitura que permite a rápida apreensão do conteúdo de um texto.
 - (B) Conjunto de dados essenciais para identificação de uma publicação.
 - (C) Condição de um texto, relativa à facilidade de leitura propiciada por sua apresentação gráfico-visual.
 - (D) Criação e execução segundo as linhas fundamentais do projeto gráfico e de acordo com critérios jornalísticos.
 - (E) Esboço mais elaborado, em que estão apresentados os elementos visuais básicos do trabalho que está sendo criado.
- 50) Como se denomina o recurso da narrativa digital que usa LINKS internos e externos para destacar canais ou HOT SITES?
- (A) Multimídia relacionada.
 - (B) Mural.
 - (C) Multitexto.
 - (D) Apoio.
 - (E) Pedágio.