

**MARINHA DO BRASIL**  
**DIRETORIA DE ENSINO DA MARINHA**

***(PROCESSO SELETIVO PARA INGRESSO NO QUADRO  
TÉCNICO DO CORPO AUXILIAR DA MARINHA/  
PS-T/2010)***

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

**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

- 1) A técnica a ser utilizada na redação de um PRESS-RELEASE para divulgação nos diversos veículos de comunicação, denomina-se técnica
- (A) do Nariz de Cera.
  - (B) da Linguagem Integrada.
  - (C) de Promoção.
  - (D) da Leitura Rápida.
  - (E) da Pirâmide Invertida.
- 2) Assinale a opção em que a palavra está grafada CORRETAMENTE.
- (A) Dentifrício.
  - (B) Beneficiência.
  - (C) Corremão.
  - (D) Massiço.
  - (E) Reintero.
- 3) Previdência Social, Saúde e Segurança Pública, Direitos Humanos e Ética nos Negócios são questões públicas de natureza:
- (A) econômica.
  - (B) social.
  - (C) política.
  - (D) internacional.
  - (E) tributária.
- 4) A linguagem para redação de textos jornalísticos deve se adequar ao veículo de comunicação. O profissional ao escrever para o rádio deve evitar uma linguagem:
- (A) clara.
  - (B) enxuta.
  - (C) concisa.
  - (D) convincente.
  - (E) com clichês.
- 5) Para se ter certeza de que uma notícia é analítica, é necessário que a mesma responda a quais questões?
- (A) Quem?; Quê?; Quando?; Qual a autoria?
  - (B) Quem?; Quando?; Onde?; Como?; Onde foi publicado?
  - (C) Quem?; Quê?; Quando?; Onde?; Por quê?; Como?
  - (D) Quem?; Quê?; Quando?; Onde foi publicado?
  - (E) Quem?; Quê?; Quando?; Onde?; Qual a autoria?

- 6) Assinale a opção que caracteriza o jornalismo on-line.
- (A) Inserção de mais de duas fotos.
  - (B) Periodicidade diária.
  - (C) Possuir no seu corpo texto e foto.
  - (D) Restrição de espaço.
  - (E) Não ter periodicidade.
- 7) O jornalista para construir um bom LEAD deve:
- (A) responder as questões básicas da informação: o quê, quem, quando, onde, como e por quê, visando "fisgar" a atenção do leitor.
  - (B) fazer uma detalhada exposição da história a ser contada, utilizando-se sempre da ordem cronológica dos fatos.
  - (C) escrever sem se preocupar em identificar nele as pessoas e lugares envolvidos, deixando isto para o final da matéria.
  - (D) começar fazendo um relato dos fatos mais antigos, deixando as novidades para a conclusão da matéria.
  - (E) dividi-lo em três parágrafos, de forma a fazer o leitor ter maiores informações sobre o tema, antes de ter contato com as pessoas e lugares envolvidos com a notícia.
- 8) Dentre as frases abaixo, qual se adequa a um texto, obedecendo regras da linguagem jornalística?
- (A) A UniT não divulgou o número de inscritos.
  - (B) Maria ganhou R\$ 3.000.000,00 na loteria federal.
  - (C) Pelé recebeu a Medalha Mérito Tamandaré.
  - (D) A diérese, que é sempre interna, é fenômeno hoje raro em poesia.
  - (E) O menino teve uma hemorragia de sangue ao ser atropelado.

- 9) Correlacione os instrumentos de comunicação às suas respectivas características e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

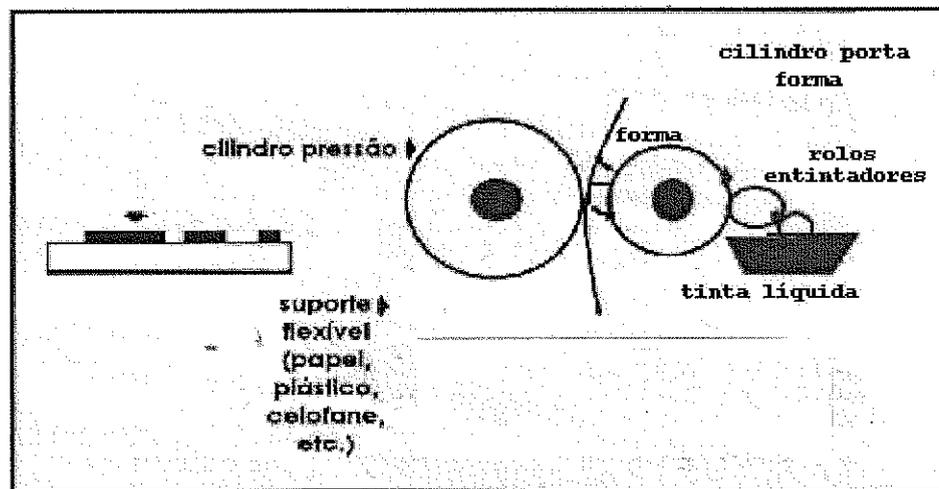
INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
I - JINGLE	( ) Mensagem publicitária inserida em uma página da WEB com hiperlink que remete à página do anunciante. Esta Mensagem pode ser estática ou animada.
II - POP-UP	( ) Texto publicitário para transmissão radiofônica. Pode ter fundo musical ou efeitos sonoros, mas sua força está na palavra falada.
III- SPOT	( ) Mensagem publicitária em forma de música, especialmente desenvolvida para a propaganda de determinada marca, produto, pessoa, etc.
IV - BANNER	( ) Recurso utilizado em filmes publicitários com grande importância para contextualização ou dramatização.
	( ) Recurso de publicidade utilizado na WEB, em que se abre uma janela, sob determinado tema, quando se está carregando ou saindo de uma página. Normalmente este recurso aparece independente do ânimo do usuário em abri-lo e visualizá-lo.
(A) (IV) (III) (-) (II) (I)	
(B) (IV) (III) (I) (-) (II)	
(C) (III) (I) (IV) (II) (-)	
(D) (II) (I) (-) (III) (IV)	
(E) (II) (-) (I) (III) (IV)	

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

O Jornal "Notícias Atuais" é um órgão de imprensa com \_\_\_\_\_ diária de 100.000 exemplares vendidos. Sua \_\_\_\_\_ é o fator menos importante na avaliação de seu poder como veículo publicitário, porém sua \_\_\_\_\_ indica um público leitor das Zonas Norte e Sul da cidade do Rio de Janeiro.

- (A) tiragem / circulação / cobertura
- (B) circulação / tiragem / cobertura
- (C) circulação / cobertura / tiragem
- (D) tiragem / cobertura / circulação
- (E) cobertura / tiragem / circulação

11) Analise a figura a seguir.



(Imagem retirada do livro Projeto Gráfico - Teoria e Prática da Diagramação, de Antonio C. Collaro)

Baseado na figura acima, qual é o processo de impressão por ela representado?

- (A) Flexografia.
- (B) Tipografia.
- (C) Off-set.
- (D) Rotografia.
- (E) Serigrafia.

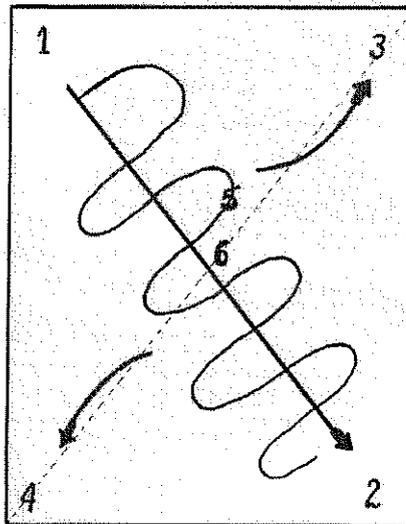
- 12) A Marinha do Brasil apresentará uma nova classe de navios à sociedade brasileira. A Assessoria de Imprensa enviou aos veículos de comunicação a seguinte nota: "No próximo dia 03, na Base Naval do Rio de Janeiro, a Marinha do Brasil apresentará o Navio-Patrolha "Macaé", o primeiro de uma nova classe de navios, também denominada "Macaé", que contribuirá para ampliar a capacidade operativa da Força". Baseado no texto acima, é correto afirmar que este é um RELEASE
- (A) depoimento.
  - (B) cortesia.
  - (C) brinde.
  - (D) cobertura.
  - (E) telex.
- 13) Assinale a opção que apresenta uma das características da Propaganda Institucional.
- (A) Age mais frequentemente sobre a sociedade e não sobre os produtos.
  - (B) Objetiva promover vendas para o público.
  - (C) Compõe um dos estágios de produção gráfica.
  - (D) É elaborada com linguagem erudita.
  - (E) Visa levantar gostos e hábitos dos consumidores.
- 14) Uma empresa da área de navegação apoiou uma apresentação da Banda Sinfônica do Corpo de Fuzileiros Navais, realizada em um local público, para os moradores de uma pequena cidade. Esta atividade da empresa está inserida em que modalidade de Marketing?
- (A) De Relacionamento.
  - (B) Esportivo.
  - (C) Cultural.
  - (D) De Serviços.
  - (E) Horizontal.
- 15) No telejornalismo, segundo Vera Paternostro (2006), qual é o primeiro passo para a realização de uma boa edição?
- (A) Renderização.
  - (B) Decupagem.
  - (C) LEAD.
  - (D) Plano de edição.
  - (E) Captura.

- 16) Em telejornalismo, o texto é escrito para ser falado pelo locutor e ouvido pelo telespectador. De acordo com as técnicas de redação de textos para TV, qual das frases abaixo se adequa a um texto para um telejornal?
- (A) Ontem à noite, Caroline caiu com a cara no chão.
  - (B) A safra do feijão arrecadou esse ano apenas um milhão.
  - (C) A homenagem a Pelé foi adiada, *sine die*, devido a problemas de saúde.
  - (D) Um grupo de empresários vai criar três mil novos empregos para ex-detentos.
  - (E) Os bancários entram em greve amanhã.
- 17) Antes mesmo de começar a produção de uma sonora para ser transmitida, o profissional de rádio deve ter uma ideia clara do tipo de entrevista que quer fazer. Segundo Chantler & Harris (1998), como são classificadas, por tipos, as entrevistas no Radiojornalismo?
- (A) Formal, informal e emocional.
  - (B) Opinativa, interpretativa e direta.
  - (C) Emocional, informal e interpretativa.
  - (D) Informal, explicativa e direta.
  - (E) Dirigida, educativa e interpretativa.
- 18) Observando conceitos das técnicas gráficas, o resultado da mescla das cores básicas amarelo e ciano; magenta e ciano; e amarelo e magenta, resulta, respectivamente, nas cores:
- (A) verde, violeta e vermelho.
  - (B) preto, amarelo e vermelho.
  - (C) verde, preto e vermelho.
  - (D) preto, violeta e azul.
  - (E) verde, amarelo escuro e azul.

- 19) É correto definir propaganda subliminar multimídia como mensagens que
- (A) rapidamente levam à adesão, inconscientemente reforçando a cognição consciente gerada pela campanha publicitária tradicional.
  - (B) pouco a pouco levam à adesão, inconscientemente reforçando a cognição consciente gerada pela campanha publicitária tradicional.
  - (C) não levam à adesão, mas que inconscientemente reforçam a cognição consciente gerada pela campanha publicitária tradicional.
  - (D) impedem a adesão, porque inconscientemente não reforçam a cognição consciente, gerada pela campanha publicitária tradicional.
  - (E) rapidamente levam à adesão, mas que inconscientemente não reforçam a cognição consciente gerada pela campanha publicitária tradicional.
- 20) Quando o diagramador precisa "prismar" uma foto, entende-se que ele:
- (A) revelará a foto em cores.
  - (B) revelará a foto em preto e branco.
  - (C) ampliará ou reduzirá a foto.
  - (D) dará maior contraste a foto.
  - (E) digitalizará a foto no escâner.
- 21) O tipo de comunicação dirigida a uma grande audiência heterogênea e anônima é denominada Comunicação
- (A) interpessoal.
  - (B) humana.
  - (C) institucional.
  - (D) de massa.
  - (E) dirigida.
- 22) "Melhoral é melhor e não faz mal." (citado por Francis Vanoye). Qual é a função de linguagem utilizada no anúncio publicitário acima?
- (A) Metalinguística.
  - (B) Conativa.
  - (C) Referencial.
  - (D) Fática.
  - (E) Poética.

- 23) No contato do cliente com a mídia, cabe ao assessor de imprensa tomar as medidas necessárias para que se obtenha os melhores resultados possíveis, inclusive em situações de crise. Isto inclui a orientação, por escrito e oralmente, ao assessorado de como se portar diante dos desafios de lidar com a mídia. Qual das opções abaixo apresenta uma orientação INCORRETA sobre como lidar com a imprensa?
- (A) Deve-se atender a imprensa na hora marcada, sendo sempre pontual.
  - (B) Deve-se receber bem o jornalista, sem bajulação, mesmo que o tema a ser abordado não seja agradável.
  - (C) Evitar comparecer a entrevistas trajando roupas chamativas ou brilhantes.
  - (D) Enquanto estiver sendo entrevistado, o assessorado deve utilizar um discurso pronto, permanecendo fiel ao planejamento, independente do que for perguntado.
  - (E) O assessorado deve tratar com o mesmo respeito o repórter de um pequeno meio, como o de um meio de circulação nacional.
- 24) Ao navegar na WEB para verificar algumas informações sobre como ingressar na Marinha, encontra-se um texto que contém vários links que conduzem a outros documentos, e estes a mais outros, e assim sucessivamente. Ou seja, os documentos estão interligados. Esse acesso de informação é próprio da WEB e é operacionalizado por meio da linguagem HTML, caracterizando um
- (A) hipônimo.
  - (B) hipertexto.
  - (C) hiperônimo.
  - (D) hipérbato.
  - (E) hotsite.
- 25) Em telejornalismo, o momento em que o repórter aparece no corpo da matéria, para prestar informações, complementar com comentários ou "assinar" a reportagem, é conhecido pela expressão:
- (A) sonora.
  - (B) edição.
  - (C) retorno.
  - (D) *insert*.
  - (E) passagem.

26) Observe a figura a seguir.



(Ilustração contida no livro Diagramação - O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa, do autor Rafael Souza Silva.)

Assinale a opção que contém a correlação correta entre números e zonas de visualização da página de jornal, representada pela figura acima.

- (A) 1 - Zona primária; 2 - Zona secundária; e 5 - Centro ótico.
  - (B) 2 - Zona secundária; 3 - Zona morta; e 5 - Centro geométrico.
  - (C) 3 - Zona morta; 5 - Centro geométrico; e 6 - Centro ótico.
  - (D) 1 - Zona primária; 2 - Zona morta; e 3 - Zona secundária.
  - (E) 2 - Zona morta; 3 - Zona primária; e 6 - Centro geométrico.
- 27) Uma das peças utilizadas pelas Assessorias de Imprensa, especialmente para os lançamentos de produtos ou serviços, para divulgar grandes eventos ou para a preparação de entrevistas coletivas, forma um conjunto informativo. Esta ferramenta, que inclui, além de textos, outros itens, como fotos, imagens, folderes, estatísticas e etc., todos destinados à divulgação de um fato jornalístico, é denominada:
- (A) *clipping*.
  - (B) *folder*.
  - (C) *press-kit*.
  - (D) *portfólio*.
  - (E) *house organ*.

- 28) Qual é o gênero de jornalismo que tem como características, no conteúdo do texto, a explicação das causas de um fato, localização no contexto social ou histórico e suas consequências?
- (A) Dimensional.
  - (B) Interativo.
  - (C) Opinativo.
  - (D) Interpretativo.
  - (E) Informativo.
- 29) Na fase da produção editorial de um HOUSE ORGAN, qual das opções abaixo NÃO compõe esta etapa?
- (A) Fotos.
  - (B) Diagramação.
  - (C) Redação.
  - (D) Ilustração.
  - (E) Pauta.
- 30) "Texto jornalístico desenvolvido de forma livre e pessoal, a partir de fatos e acontecimentos da atualidade, com teor literário, político, esportivo, artístico, etc".  
A definição acima, escrita por Rabaça e Barbosa (2002), refere-se
- (A) ao editorial.
  - (B) à crônica.
  - (C) à crítica.
  - (D) à reportagem.
  - (E) ao hipertexto.

31) J. B. Pinho (1990) afirma que, após a identificação dos tipos de público, surge o momento em que a organização, por meio da pesquisa em Relações Públicas, deve sondar opiniões, atitudes e reações de seus públicos frente às suas políticas e atos, na tentativa de detectar possíveis problemas. Coloque V (verdadeiro) ou F (falso), nas assertivas abaixo, no que diz respeito à pesquisa em Relações Públicas, assinalando a opção que apresenta a sequência correta.

- ( ) Cumprindo um importante papel na fase do diagnóstico da situação, a pesquisa em Relações Públicas possibilita conhecer, entre outros, o que determinado público pensa e faz.
- ( ) A pesquisa bibliográfica, a pesquisa institucional ou administrativa e a pesquisa de opinião pública são exemplos de instrumentos para o levantamento de dados que permitem um diagnóstico preciso.
- ( ) Os dois principais métodos de pesquisa de opinião para Monique Augras, citada por J. B. Pinho (1990), são o Método da Observação Direta e o Método da Observação Indireta.
- ( ) O *SURVEY* é um instrumento para o levantamento de dados, colocado como uma pesquisa de campo, de caráter mais profundo, que permite uma abordagem mais completa e pormenorizada de determinado assunto ou problema.

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

32) A frase "THE PUBLIC BE DAMNED" (O público que se dane), dada como resposta a um repórter do jornal nova-iorquino "Times", marcou o início de uma reação da opinião pública contra os industriais americanos, originando as primeiras ações de Relações Públicas. Esta frase é atribuída a

- (A) Ivy Ledbetter Lee.
- (B) William Henry Vanderbilt.
- (C) John D. Rockefeller.
- (D) Harold D. Larswell.
- (E) Mc Cann Ericson.

- 33) Segundo a autora Magda Muniz (2004), o veículo ou meio capaz de atingir com maior eficiência e economia determinados públicos é denominado de mídia
- (A) de massa.
  - (B) de apoio.
  - (C) básica.
  - (D) segmentada.
  - (E) dados.
- 34) Coloque V (verdadeiro) ou F (falso) nas assertivas abaixo, relacionadas às características próprias da TV aberta, assinalando a opção que apresenta a sequência correta.
- ( ) Imediatismo - a TV transmite informação atualizada quando mostra o fato no momento exato em que ocorre.
  - ( ) Alcance - a TV é um veículo abrangente, de grande alcance, não distingue classe social ou econômica, atingindo a todos.
  - ( ) Audiência - a TV mede o interesse do telespectador para orientar a programação e criar condições comerciais.
  - ( ) Informação visual - a TV possui uma linguagem que requer o conhecimento do idioma ou da escrita.
- (A) (V) (F) (F) (F)
  - (B) (V) (F) (F) (V)
  - (C) (V) (V) (F) (V)
  - (D) (V) (V) (V) (F)
  - (E) (F) (F) (V) (F)
- 35) "A interatividade com a informação é a grande diferença da mídia on-line para as tradicionais" (escrito por Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Júnior e Luiz Fernando Dabul Garcia). Este aspecto é fundamental e permite, nos dias de hoje, que o jornalismo on-line ocupe posição de destaque entre os meios de comunicação. Qual dos aspectos citados abaixo ainda é considerado o ponto fraco deste novo meio?
- (A) Cobertura.
  - (B) Publicidade.
  - (C) Informalidade.
  - (D) Diversidade.
  - (E) Credibilidade.

- 36) Dentro de uma Assessoria de Comunicação Social, as áreas possuem tarefas e responsabilidades bem distintas, embora integradas. Qual área possui a incumbência de realizar pesquisas para conhecer opiniões, hábitos e atitudes dos públicos e montar cadastro atualizado dos vários segmentos de interesse para a instituição?
- (A) Relações Públicas.
  - (B) Publicidade e Propaganda.
  - (C) Jornalismo.
  - (D) Administração.
  - (E) Mídia.
- 37) Marshall McLuhan, teórico da Comunicação, distinguiu os meios de comunicação como quentes e frios. Com base em seus conceitos, coloque V (verdadeiro) ou F (falso), respectivamente, sobre as assertivas abaixo, assinalando a opção que apresenta a sequência correta.
- ( ) Um meio quente permite menos participação do que um frio.
  - ( ) A caricatura e o desenho animado são exemplos de meios frios.
  - ( ) Um meio frio é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em "alta definição".
  - ( ) O rádio e o telefone são exemplos de meios quentes.
- (A) (V) (F) (V) (F)
  - (B) (V) (V) (V) (F)
  - (C) (F) (F) (V) (V)
  - (D) (V) (V) (F) (F)
  - (E) (F) (V) (F) (V)
- 38) Dentre os tipos de LEAD abaixo relacionados, qual apresenta um detalhamento da cena ou pessoas envolvidas, ou ainda apresenta uma visão de onde a notícia ocorreu?
- (A) Descritivo.
  - (B) De citação ou entre aspas.
  - (C) Circunstancial.
  - (D) De apelo direto.
  - (E) Condensado.

- 39) Assinale a opção que contém os componentes básicos do modelo do processo de comunicação apresentado por Schramm, citado por Rabaça e Barbosa (2002).
- (A) Fonte, mensagem e destino.
  - (B) Fonte, código, mensagem, sinal e decodificador.
  - (C) Quem, o quê, em que canal, a quem e com que efeitos.
  - (D) A pessoa que fala, código, sinal e a pessoa que escuta.
  - (E) Comunicado, objetivos da comunicação, percepção e *feedback*.
- 40) Segundo Erbolato (2009), as entrevistas podem ser classificadas sob vários aspectos e um deles é quanto ao conteúdo. Dentre as opções abaixo, qual NÃO se enquadra nesse aspecto?
- (A) Informativa.
  - (B) Opinativa.
  - (C) Ilustrativa.
  - (D) Caracterizada.
  - (E) Biográfica.
- 41) Assinale, dentre as opções abaixo, a que contém um exemplo de público misto dentro de uma Organização.
- (A) Acionistas.
  - (B) Funcionários.
  - (C) Diretores.
  - (D) Fornecedores.
  - (E) Veículos de Comunicação.
- 42) A campanha ou anúncio cujo objetivo é promover uma imagem favorável para uma determinada marca, empresa, instituição, órgão público ou privado é denominada de:
- (A) promocional.
  - (B) lançamento.
  - (C) sustentação.
  - (D) institucional.
  - (E) vendas.

- 43) Segundo a autora Magda Muniz (2004), qual setor em uma agência de publicidade é responsável pelas inserções das peças publicitárias nos veículos de comunicação?
- (A) Tráfego.
  - (B) Criação.
  - (C) Atendimento.
  - (D) Mídia.
  - (E) Planejamento.
- 44) Quais são os estilos básicos de planejamento gráfico, utilizados pela diagramação?
- (A) Simétrico e assimétrico.
  - (B) Primário e secundário.
  - (C) Ótico e geométrico.
  - (D) Básico e específico.
  - (E) Tipográfico e planográfico.
- 45) O termo ZAPPING, dentro da mídia eletrônica, significa:
- (A) crédito de patrocinador no início ou término de um programa ou evento.
  - (B) início de um programa com indicação de patrocínio, quando comercializado.
  - (C) hábito de trocar de canais em um televisor com controle remoto.
  - (D) uma mensagem que visa promover um evento ou uma programação.
  - (E) emissora de Rádio ou TV que libera a rede de emissoras que transmite uma programação.

- 46) Correlacione os elementos/atividades relacionadas à Comunicação Social às suas respectivas definições e assinale a opção que apresenta a sequência correta.

ELEMENTOS/ATIVIDADES  
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

- I - Programa
- II - Produção
- III- Plano
- IV - Projeto
- V - Planejamento

DEFINIÇÕES

- ( ) Realização de qualquer produto de comunicação abrangendo seus aspectos financeiros, técnicos administrativos e logísticos.
- ( ) Relação de atividades e informações destacadas do plano e que podem ser planejadas separadamente.
- ( ) Forma de planejamento que relaciona atividades e informações pormenorizadas a serem executadas a curto prazo.
- ( ) Ato de relacionar e avaliar informações e atividades a serem executadas num prazo definido, visando a consecução de objetivos predeterminados.
- ( ) Relação de atividades e informações, de forma ampla, a serem realizadas a longo ou médio prazos.
- ( ) Conjunto de atividades, técnicas e meios buscando fortalecer positivamente a imagem de determinada marca ou instituição.

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

- 47) Segundo Vanoye (2007), quanto ao FEEDBACK na comunicação oral, é INCORRETO afirmar que ele:
- (A) é uma forma de diminuir os efeitos perturbadores dos ruídos na comunicação.
  - (B) pode ser uma resposta verbal ou não verbal.
  - (C) permite conhecer o resultado da emissão da mensagem.
  - (D) é sempre possível na comunicação oral.
  - (E) favorece a comunicação.
- 48) A televisão é um dos meios de comunicação de entretenimento mais completo e fascinante. Qual das opções abaixo apresenta uma das desvantagens deste meio?
- (A) Envolvimento do consumidor.
  - (B) Imediatismo na cobertura.
  - (C) Dispersão pela alta cobertura de público.
  - (D) Referência para as camadas sociais.
  - (E) Baixo custo relativo.
- 49) Quanto à oportunidade de publicação, as notícias são classificadas como
- (A) sintéticas e analíticas.
  - (B) previsíveis e imprevisíveis.
  - (C) locais, internacionais e nacionais.
  - (D) opinativas e interpretativas.
  - (E) competitivas e não-competitivas.
- 50) De acordo com Robin (2008), em seu livro Design para quem não é designer, ao elaborar um planejamento visual das peças de divulgação de uma campanha institucional, quais são os princípios básicos que devem ser considerados pelo profissional?
- (A) Contraste, repetição, alinhamento e proximidade.
  - (B) Contraste, volume, cor e sombra.
  - (C) Alinhamento, proximidade, dimensão e texto.
  - (D) Texto, fonte, alinhamento e cor.
  - (E) Repetição, proximidade, simetria e dimensão.