

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1 O Poder Legislativo, como toda instituição pública  
 pluralista, possui virtudes e defeitos. Na Câmara e no Senado,  
 4 debatem-se diariamente os problemas nacionais e são  
 apresentadas dezenas de propostas e projetos capazes de mudar  
 os cenários político, econômico e social do país. Ali, são  
 7 votadas leis de grande impacto na vida dos cidadãos e das  
 instituições e se fazem a fiscalização e o acompanhamento dos  
 atos e dos gastos do governo, do próprio Congresso e de  
 instituições várias do cenário nacional. A atividade é intensa e  
 10 multifacetada. Por ser um centro do poder político onde se  
 digladiam forças em permanente confronto e por ter  
 responsabilidades sobre orçamentos e finanças públicas, a  
 13 instituição não raro é alvo de suspeitas, denúncias e  
 investigações sobre todo tipo de desvios, fraudes e corrupção,  
 envolvendo os representantes eleitos ou os assessores e  
 16 servidores que os cercam.

É público e notório que a imensa maioria das pessoas  
 acompanha os trabalhos do Congresso e se informa sobre as  
 19 atividades dos deputados e senadores na mídia, especialmente  
 na chamada grande imprensa, que inclui os telejornais e os  
 jornais impressos. A mídia privada, autoproclamada  
 22 independente e vigilante sobre os poderes públicos, exerce com  
 zelo seu papel de fiscal dos órgãos do Estado, dedicando  
 especial atenção às denúncias que envolvem o  
 25 Poder Legislativo. Em muitos casos, como na Comissão  
 Parlamentar de Inquérito (CPI) do Orçamento (de 1992), e,  
 mais recentemente, nas CPIs dos Correios (de 2005) e da  
 28 compra de ambulâncias (de 2006), investigações conduzidas  
 pela Polícia Federal e pelo Ministério Público resultaram em  
 acusações concretas e, em muitos casos, aparentemente  
 31 fundamentadas contra deputados e senadores, com base em  
 gravações de conversas telefônicas e movimentações bancárias.

Mas, às vezes, até por excesso de zelo e pelo desejo  
 34 de investigar, os jornalistas denunciam como irregulares e  
 apontam como desvios éticos dos congressistas algumas  
 práticas consideradas normais, rotineiras e legais na maioria  
 37 das democracias ocidentais. É o caso das emendas ao  
 orçamento da União e da ocupação de cargos públicos por  
 pessoas indicadas por líderes e dirigentes de partidos políticos,  
 40 consideradas imorais (“manobras”, “fisiologia”,  
 “toma-lá-dá-cá” etc.) e noticiadas com grande destaque e boa  
 dose de crítica nas páginas dos jornais.

Decisões políticas acertadas, projetos importantes  
 43 aprovados, iniciativas e fatos positivos de relevância para os  
 cidadãos, ocorridos no Parlamento, muitas vezes não são  
 46 noticiados pela mídia e, conseqüentemente, acabam ignorados  
 pela maioria das pessoas. Se noticiados, a sua divulgação  
 contribuiria para melhorar a imagem do Parlamento. “Muito da  
 49 nossa maneira de ver o mundo — e, portanto, de agir neste  
 mundo — depende da mídia”, observa Luis Felipe Miguel,  
 para quem a imprensa, ao contrário do que trata de fazer  
 52 parecer, não transmite apenas “fatos”, mas também  
 julgamentos, valores, interpretações.

Sérgio Chacon. Congresso, imprensa e opinião pública: o caso da CPMI dos  
 Sanguessugas, 2008. Internet: <www.bd.camara.gov.br> (com adaptações).

Considerando o texto acima, julgue os itens de 51 a 56.

- 51 A presença do conectivo “Mas” no início do terceiro parágrafo representa uma mudança na direção argumentativa do texto; a partir desse ponto, vai-se mostrar que a atuação dos meios de comunicação apresenta falhas na cobertura e divulgação das atividades do Poder Legislativo.
- 52 À luz dos fundamentos da retórica, é correto afirmar que o texto apresenta um raciocínio vicioso ao escamotear a discussão dos defeitos do Poder Legislativo — apesar de reconhecer que eles existem, conforme explicitado no primeiro período — e tratar apenas de suas virtudes.

53 No segundo parágrafo, a menção a algumas CPIs constitui o principal argumento utilizado pelo autor a favor da tese de que a imensa maioria das pessoas se informa sobre as atividades do Congresso na mídia.

54 No contexto da argumentação desenvolvida ao longo do texto, a citação de Luis Felipe Miguel (ℓ.48-50) assume o valor de premissa válida para a conclusão a seguir: o Poder Legislativo que a mídia mostra ao público tem mais defeitos que virtudes.

55 Considerando-se o desenvolvimento dos argumentos no primeiro parágrafo, seria possível substituir a expressão “não raro” (ℓ.13) pelo seu equivalente semântico **sempre**, sem que se alterasse a força argumentativa do período e sem que se prejudicasse a coerência do parágrafo.

56 O emprego do termo “conseqüentemente” (ℓ.46) estabelece uma relação de não contradição entre as ideias expressas nos trechos “Decisões políticas acertadas, projetos importantes aprovados, iniciativas e fatos positivos de relevância para os cidadãos, ocorridos no Parlamento, muitas vezes não são noticiados pela mídia” (ℓ.43-46) e “acabam ignorados pela maioria das pessoas” (ℓ.46-47). Por isso, a ordem de aparecimento desses trechos poderia ser invertida, mantendo-se a coerência original do texto.

1 Os telejornais, de grande audiência em todas as  
 camadas da população, nem sempre dedicam espaço à política.  
 Nos jornais impressos de circulação nacional — considerados  
 4 os principais divulgadores da atividade legislativa e dos fatos  
 de natureza política —, o noticiário, naturalmente, não abrange  
 todas as atividades de plenário, das comissões e muito menos  
 7 dos parlamentares individualmente. O espaço dedicado aos  
 assuntos políticos nos meios de comunicação é insuficiente  
 para dar ampla cobertura e adequada divulgação às atividades  
 10 do Congresso. Jornalistas políticos de destaque, como o  
 veterano Villas Boas Corrêa, já se manifestaram de maneira  
 incisiva a respeito: “Acho que a imprensa merece seus puxões  
 13 de orelha porque não faz nenhum esforço para cobrir aquilo  
 que ainda remanesce de importante no Congresso, como, por  
 exemplo, o trabalho das comissões...”, disse o jornalista, em  
 16 depoimento ao Centro de Pesquisas e Documentação da  
 Fundação Getúlio Vargas, em 1995.

Sérgio Chacon. Congresso, imprensa e opinião pública: o caso da CPMI dos  
 Sanguessugas, 2008. Internet: <www.bd.camara.gov.br> (com adaptações).

Julgue os itens que se seguem, relativos à sintaxe e aos elementos estruturais do texto acima.

57 O período “O espaço dedicado aos assuntos políticos nos meios de comunicação é insuficiente para dar ampla cobertura e adequada divulgação às atividades do Congresso” (ℓ.7-10) poderia ser deslocado para a posição inicial do parágrafo, sem prejuízo para a organização e a coerência do texto.

58 Seria mantida a coerência do texto caso o segundo período fosse iniciado por **Já, Além disso** ou **Excepcionalmente**.

59 O pronome demonstrativo ‘aquilo’, em ‘para cobrir aquilo que ainda remanesce de importante no Congresso’ (ℓ.13-14), refere-se a “atividades de plenário” (ℓ.6).

60 Considerando-se a sintaxe do período, é correto afirmar que, na construção sintática do período ‘Acho que a imprensa merece seus puxões de orelha porque não faz nenhum esforço para cobrir aquilo que ainda remanesce de importante no Congresso, como, por exemplo, o trabalho das comissões...’ (ℓ.12-15) predomina a subordinação.

1 Conquanto a fórmula “**Fica aprovado o texto...**”  
venha tendo a preferência nas redações finais dos projetos de  
decreto legislativo desta década, o formato anterior,  
4 “**É aprovado o texto...**”, utilizado em décadas passadas,  
parece mais consentâneo com o bom português. Não apenas é  
o verbo **ser** o verbo auxiliar típico para a formação da voz  
7 passiva analítica, quanto é o mais adequado para formar  
locução verbal com o verbo **aprovar**.

Ademais, em sua acepção intransitiva, **ser** tem a  
10 conotação de **ter existência real, existir**. Um ato internacional  
ao qual o parlamento brasileiro concede aprovação legislativa  
cumpra a etapa parlamentar deliberativa para a sua existência  
13 real como norma de direito positivo interno, com caráter de  
permanência (não se trata de alguma coisa qualquer que recebe  
um aval momentâneo para ali ficar transitoriamente).

16 Conquanto as duas fórmulas tenham sido utilizadas, a  
opção pela utilização da locução verbal é **aprovado** soa,  
juridicamente, mais robusta, com maior força de comunicado  
19 de decisão peremptória à nação. Afinal, o **que fica, pode,  
também, sair, partir...**

Maria Ester Mena Barreto Camino e Luiz Henrique Cascelli de Azevedo. *Necessidade de uniformização dos projetos de decreto legislativo pertinentes a atos internacionais*. Maio/2011. Internet: <www2.camara.gov.br> (com adaptações).

Julgue os itens seguintes, acerca do texto acima.

- 61 Ao afirmarem que **ser** é “o verbo auxiliar típico para a formação da voz passiva analítica” (l.6-7) e “o mais adequado para formar locução verbal com o verbo aprovar” (l.7-8), os autores apresentam argumentos favoráveis ao emprego da expressão ‘**É aprovado o texto...**’.
- 62 No início do segundo parágrafo, a invocação da acepção intransitiva do verbo **ser** no contexto da frase ‘**É aprovado o texto...**’ constitui, em relação aos elementos estruturais do texto, uma argumentação frágil, dado que tal verbo foi empregado como transitivo direto na referida frase, na qual ‘o texto’ é o objeto direto.
- 63 Dada a organização dos argumentos e dos elementos estruturais do texto, a palavra “momentâneo” (l.15) poderia ser substituída pela palavra **efêmero**, sem prejuízo para a coerência textual e sem infringir o princípio de não contradição.
- 64 A argumentação desenvolvida no texto apresenta um tipo de raciocínio denominado pendular, defendendo ora o emprego da fórmula ‘**Fica aprovado o texto...**’, ora o da expressão ‘**É aprovado o texto...**’.
- 65 Sem prejuízo para a sua coerência, o texto poderia ser concluído com o seguinte período: Sugere-se, assim, que, ao minutar um projeto de decreto legislativo referente a instrumento internacional celebrado pelo Brasil, seja dada preferência à forma “**É aprovado o texto...**”.
- 66 O conectivo “Ademais” (l.9) estabelece uma relação de coesão entre o segundo e o primeiro parágrafos e, de maneira mais estrita, entre aquele e o período “Não apenas é o verbo **ser** o verbo auxiliar típico para a formação da voz passiva analítica, quanto é o mais adequado para formar locução verbal com o verbo **aprovar**” (l.5-8).
- 67 No texto consta, a favor da fórmula ‘**Fica aprovado o texto...**’, o argumento de uso, segundo o qual é mais adequado e consentâneo empregar a expressão mais usada no momento atual.

Cada um dos itens a seguir é composto por um trecho adaptado de texto da Internet — <http://observatoriodaimprensa.com.br> — e uma assertiva acerca do tipo de raciocínio envolvido na sua elaboração. Julgue-os à luz da teoria da argumentação.

- 68 No segmento de texto “Os legisladores costumam ser proprietários de emissoras de TV e rádio (alguns, em menor número, de jornais). Quando são proprietários de TV, dependem de alguma rede que lhes forneça a programação. Portanto, não vão, em hipótese alguma, contrariar os grandes grupos proprietários de redes de TV”, o raciocínio é construído em forma de silogismo.
- 69 O período “Não há país democrático sem imprensa livre porque, para ser democrático, o país tem de ter imprensa livre” apresenta vício de raciocínio.
- 70 No trecho a seguir, observa-se argumentação baseada em exemplo: Dizer que a imprensa manipula as eleições é uma inverdade. Brizola se elegeu quantas vezes quis no quintal da Rede Globo, que o detestava.

Acerca das teorias da comunicação e da sociologia da comunicação, julgue os itens de 71 a 80.

- 71 A eficácia de uma campanha depende mais de aspectos chocantes da mensagem que de fatores ligados à própria audiência, como é o caso, por exemplo, das campanhas contra o tabagismo, que apresentam, no verso dos maços, imagens de doenças causadas pelo hábito de fumar.
- 72 Para se construir uma mensagem capaz de convencer determinada audiência de uma tese, a credibilidade do comunicador, a ordem da argumentação, a complexidade desta e a explicitação das conclusões dependem do perfil da audiência.
- 73 De acordo com o fluxo da comunicação em dois passos (*two-step flow*), que atribui aos meios de comunicação o papel de traduzir os acontecimentos para a audiência, o primeiro passo é da realidade para a mídia; o segundo, da mídia para o público.
- 74 Ao denunciarem práticas ameaçadoras à sociedade — como, por exemplo, o consumo de *crack* —, os meios de comunicação operam de acordo com a abordagem funcionalista da comunicação social.
- 75 A teoria hipodérmica pode ser ilustrada por situações comunicativas que envolvem o comportamento humano, como, por exemplo, a forma semelhante de uma torcida de futebol reagir, dentro do estádio, diante do gol marcado pelo seu time.
- 76 A teoria da bala mágica pressupõe a existência de uma sociedade de massa, isto é, um grupo de pessoas que vive para além de laços comunitários e de culturas locais. Já a audiência é um grupo de pessoas mais propenso a ser manipulado pelos meios de comunicação.
- 77 Pressupõe-se da abordagem psicológico-experimental que as respostas da audiência a determinada mensagem sejam mediadas por processos psicológicos intervenientes, amenizando-se o caráter mecanicista de paradigmas teóricos anteriores.

- 78 A teoria crítica e a pesquisa administrativa compartilham da mesma visão de cultura de massa: cultura popular oriunda de práticas genuinamente ligadas a história, visão de mundo e sociabilidade de grupos.
- 79 O conceito de decodificação, analiticamente dividido em três formas — hegemônica, negociada e aberrante — está ligado à perspectiva dos estudos culturais e tem como pressuposto que a audiência é ativa, ou seja, negocia com o emissor o significado da mensagem.
- 80 Na cultura de massa, os elementos antropológicos relacionados tanto aos objetos de consumo quanto ao consumidor são destacados pela teoria culturalógica. *Pin-ups*, *jukeboxes* e a mídia que cultua os *faits-divers* são objetos de estudo dessa teoria.

---

Julgue os itens a seguir, que tratam da comunicação empresarial.

- 81 Na gestão da marca, deve-se considerar que ela terá atingido seu ciclo final com a extinção do direito, quando o titular deixa de usá-la ou quando a transfere por uma operação de venda ou de fusão.
- 82 A marca, em uma organização, pode apresentar-se como nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação deles, que pretendem identificar os bens e serviços por ela oferecidos e diferenciá-los dos concorrentes.
- 83 O que define a identidade corporativa é a forma como a administração busca apresentar ao público interno suas ideias.
- 84 A imagem e a reputação são conceitos diferentes, pois, enquanto a imagem engloba uma opinião mais recente que o público tem da organização, a reputação é construída ao longo do tempo por meio do julgamento de valores sobre suas qualidades, é o crédito de confiança, o bom nome, a familiaridade e o reconhecimento da organização diante do seu público.
- 85 No gerenciamento da crise, a comunicação deve privilegiar o público externo, pois são as ações voltadas para estes *stakeholders* que terão o impacto necessário para reverter a situação de crise.

---

Acerca do planejamento de comunicação, criação e direção de arte, julgue os itens 86 a 91.

- 86 Devido ao rigor metodológico adotado no Brasil, a metodologia de planejamento, que objetiva traçar os rumos da comunicação do cliente, não é tratada de maneira diferenciada nas diversas agências do país.
- 87 Para a elaboração do planejamento de comunicação de uma empresa, é necessário averiguar seu nível interno por meio da formulação de uma pesquisa, que consiste de visitas à empresa e a clientes, conversas com vendedores e entrevistas com diretores, gerentes e supervisores.
- 88 O planejamento em propaganda é o conjunto de atividades calculadas com o objetivo de fazer que a comunicação do cliente atenda o programa desejado e atinja os resultados esperados.

- 89 *Grid* é a subdivisão de uma página dupla em espaços a serem respeitados no momento de criação impressa.
- 90 A identidade do produto deve ser mantida nas peças publicitárias nos diferentes meios, ou seja, a forma e o conteúdo das peças devem ser iguais nas peças veiculadas por rádio, jornal, televisão, revista, *outdoor* ou cinema.
- 91 Plantas baixas consistem em desenhos simples, no estilo de histórias em quadrinhos, de cada cena do roteiro. Cada planta corresponde a um quadro numerado contendo um desenho e cada quadro se refere a uma cena.

---

A respeito de atendimento, mídia e redação publicitária, julgue os seguintes itens.

- 92 O *briefing* específico de um produto é a referência para a construção de um texto informativo para uma peça publicitária.
- 93 O *target* de determinado produto e serviço norteia a mídia a ser utilizada para a veiculação de uma peça publicitária.
- 94 A função dos membros do departamento de atendimento é estabelecer contato direto com o cliente, por isso não existe hierarquia ou divisão de funções nesse setor.
- 95 Em redação publicitária, devem-se usar, necessariamente, textos curtos, palavras conhecidas e simples e linguagem coloquial.

---

Julgue os itens seguintes, referentes a produção e legislação publicitárias na televisão, rádio e Internet.

- 96 O *script* para a gravação radiofônica de uma peça publicitária deve ser digitado em apenas uma das faces da folha, para evitar que haja ruídos durante o manuseio em estúdio.
- 97 A remoção de um *banner* hospedado em uma página na Internet é tão difícil e custosa quanto a de uma propaganda televisiva.
- 98 Um dos artigos do Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária dispõe sobre a respeitabilidade, ao expor que toda atividade publicitária deve caracterizar-se pelo respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos nacionais, às autoridades constituídas e ao núcleo familiar.
- 99 Segundo o Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária, a atenção dispensada a algumas categorias de anunciantes, tais como as relativas a bebidas alcoólicas, educação e armas de fogo, deve ser redobrada na construção de reclames.
- 100 Em uma produção publicitária para televisão, as gravações de sons externos de fundo, como barulho de tráfego, mar, crianças, entre outros, são realizadas concomitantemente à gravação dos diálogos. Essa estratégia imprime realidade à produção.

A respeito de temas, conceitos e conjunturas da realidade econômica e social, julgue os itens seguintes.

- 101** De acordo com dados recentemente publicados, o Brasil melhorou uma posição no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), passando a ocupar a 84.<sup>a</sup> posição. Embora a expectativa de vida dos brasileiros seja um dos pontos fortes, a baixa renda ainda é um dos pontos fracos na classificação do país.
- 102** Emprego, salário, renda, preços e taxa de juros compõem a lista dos principais fatores microeconômicos.
- 103** O propósito das cotas que procuram beneficiar minorias, tais como negros, índios, mulheres e portadores de necessidades especiais, é, principalmente, o de orientar políticas inclusivas e compensatórias.

Tendo em vista o conceito de desenvolvimento sustentável e as suas perspectivas para os próximos anos, julgue os itens que se seguem.

- 104** Em junho de 2012, no Rio de Janeiro, será realizada a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento, a Rio+20. Ao participar da reunião do G20, em Cannes, na França, a presidenta Dilma antecipou uma das posições brasileiras em relação a esse tema: os países emergentes devem contribuir de maneira diferenciada em relação aos países desenvolvidos na redução das emissões de gases de efeito estufa, para que não arquem com um peso econômico demasiadamente alto.
- 105** O compromisso com as ações de desenvolvimento sustentável que garantam a qualidade de vida das gerações futuras é o que diferencia as políticas de desenvolvimento econômico das de desenvolvimento sustentável.

Acerca dos novos cenários mercadológicos, artísticos e culturais que se criaram a partir da Internet 2.0, julgue os itens subsequentes.

- 106** Museus virtuais são ações museológicas que possibilitam a interação entre o público de todo o mundo e os patrimônios históricos, artísticos e culturais, por meio de visitas *online*.
- 107** O caráter doloso é precisamente a condição para que uma ação mercadológica via rede seja considerada *marketing* viral.

Julgue os itens seguintes quanto ao panorama atual da geopolítica e das relações internacionais.

- 108** A lusofonia não se restringe apenas às dimensões geopolíticas — estados-nação — de países que têm o português como língua oficial. Inclui, também, as identidades culturais presentes em cidades, comunidades e grupos desses países.
- 109** O Brasil, em um ato de coerência com a sua clássica política de alinhamento com os Estados Unidos da América, votou, em outubro de 2011, contra a admissão do Estado Palestino como membro da UNESCO.
- 110** A principal motivação do Itamaraty na defesa da ocupação pelo Brasil de uma vaga rotativa no Conselho de Segurança da ONU é de natureza econômica e particularmente vinculada ao desejo de situar o Brasil entre as grandes potências mundiais.

Para o resultado de um projeto gráfico ser satisfatório, é necessário considerar, além das especificações oriundas dos três níveis de planejamento (editorial, comercial e gráfico), a viabilidade técnica ligada à periodicidade do veículo e à legibilidade. Com relação a esse assunto, julgue os itens que se seguem.

- 111** Ao visualizar um impresso, o leitor decodifica a mancha gráfica primeiramente pelos elementos compositivos da página, para, em seguida, perceber o conjunto da estrutura visual.
- 112** Recomenda-se que a mancha gráfica ocupe todo o espaço de uma página, evitando-se, assim, a ênfase nos espaços em branco, que provoca, no leitor, sensação de vazio.
- 113** A qualidade do resultado de um projeto gráfico depende, sobretudo, da sofisticação e da agilidade proporcionadas pelo *desktop publishing*.
- 114** A legibilidade de um projeto gráfico depende de como são combinados os elementos básicos do *design* — letras, imagens, espaços brancos, fios e vinhetas —, conformando-se em uma unidade.
- 115** O diagrama de um projeto gráfico permite ao *designer* uma gama de possibilidades de organização dos elementos, mantendo, todavia, determinado padrão visual.

Sabendo que a arquitetura da informação de um *website*, que norteia o trabalho do *webdesigner*, está estruturada em quatro sistemas interdependentes, organização de informações, navegação, rotulação e busca, julgue os itens subsequentes.

- 116** O *bread crumb* é um dos recursos do sistema de navegação que apresenta a estrutura do conteúdo e o índice remissivo, em uma lista de assuntos, com a indicação da(s) página(s) em que aparecem.
- 117** Por meio da utilização de elementos de rótulos — palavras, imagens e ícones —, o sistema de rotulação define signos para cada parte do sítio, como, por exemplo, formas de representação e apresentação da informação.
- 118** O estudo de acessibilidade, realizado pelo *webdesigner*, busca garantir o conforto e a adaptação das interfaces, proporcionando maior produtividade e satisfação aos usuários.
- 119** Em um *website*, as informações devem ser categorizadas e agrupadas em função dos aspectos cognitivos e culturais envolvidos. Nesse processo, é possível valer-se, também, de recursos como *subsites*, devido à capacidade multimídia da Web.
- 120** Para que o conteúdo de um sítio da Internet apareça e seja transmitido de forma atraente e satisfatória aos usuários, é necessário que sua estrutura seja por eles percebida.

## PROVA DISCURSIVA

- Faça o que se pede a seguir, usando o espaço para rascunho indicado no presente caderno. Em seguida, transcreva o texto para a **FOLHA DE TEXTO DEFINITIVO DA PROVA DISCURSIVA**, no local apropriado, pois **não serão avaliados fragmentos de texto escritos em locais indevidos**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de **trinta** linhas será desconsiderado.
- Na **folha de texto definitivo**, identifique-se apenas no cabeçalho da primeira página, pois **não será avaliado** texto que tenha qualquer assinatura ou marca identificadora fora do local apropriado.

### **Dilma sanciona comissão da verdade e lei de acesso à informação**

A presidenta Dilma Rousseff sancionou, em 18 de novembro, a lei que permite aos cidadãos ter acesso a informações públicas e a lei que cria a Comissão da Verdade. Em cerimônia no Palácio do Planalto, Dilma destacou que essas duas leis "representam um grande avanço nacional e um passo decisivo na consolidação da democracia brasileira". "A informação torna-se aberta em todas as suas instâncias. O poder público torna-se mais transparente", completou a presidenta.

Internet: <www.estadao.com.br> (com adaptações).

Considerando que o fragmento de texto acima tem caráter unicamente motivador, redija um texto dissertativo a respeito do seguinte tema.

### **ACESSO À INFORMAÇÃO NO SERVIÇO PÚBLICO**

Ao elaborar seu texto, comente, necessariamente, sobre os seguintes aspectos:

- ▶ origens e objetivo da Comissão da Verdade;
- ▶ objetivo da Lei de Acesso à Informação.

**RASCUNHO**

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	