

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com relação às teorias da comunicação, julgue os itens a seguir.

- 51 Espanhol de nascimento, mas atuante na América Latina há mais de quarenta anos, Jesus-Martín Barbero destacou-se pela ênfase que deu às mediações culturais e sociais como variantes alternativas para a compreensão dos fenômenos da comunicação, tendo sido um severo crítico tanto das abordagens funcionalistas quanto do “esquematismo” de esquerda.
- 52 Sem ser conhecido, do ponto de vista pragmático, como um teórico da comunicação, o educador Paulo Freire foi assim identificado pelo reconhecimento que fez do modelo “difusionista” da extensão rural como um processo, ao mesmo tempo, comunicativo e pedagógico.
- 53 A inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno, a sua interação com a situação investigada e o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto estudado são características da pesquisa participante.
- 54 Uma das características da chamada Escola de Frankfurt e de seu conjunto de teorias é a unanimidade de seus pensadores no ceticismo em relação ao papel dos meios de comunicação. Segundo esses pensadores, esse papel é orientado sistematicamente para a produção de uma indústria cultural impeditiva de uma comunicação dialógica e, portanto, autêntica.
- 55 Criado pela Unesco, em parceria com o governo equatoriano, o *Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina* (Ciespal) desempenhou, por mais de quatro décadas, uma dupla missão: disseminar na América Latina o pensamento comunicacional oriundo das matrizes europeias e norte-americanas e proporcionar aos profissionais de imprensa uma formação liberal e polivalente.
- 56 Desde a última década até a atualidade, pesquisadores portugueses e brasileiros têm procurado demonstrar que os fundamentos teóricos e práticos do jornalismo atual, entre eles a técnica do *lead* e os critérios de noticiabilidade, já estavam presentes na primeira tese acadêmica defendida sobre jornalismo (*De relationibus novellis*).

As análises da grande imprensa como fenômeno sociopolítico no Brasil têm gerado diferentes conclusões entre pesquisadores brasileiros. Com base nessa afirmação, julgue os itens seguintes.

- 57 Parte dos pesquisadores brasileiros é pessimista na avaliação do papel sociopolítico da imprensa no Brasil, a ponto de considerá-la uma “indústria da consciência” a serviço das elites e de uma prática que consistiria em dar mais ênfase à manipulação que à produção da notícia, tendo, assim, renunciado ao próprio jornalismo como centralidade de uma esfera pública argumentativa.
- 58 Parte dos pesquisadores brasileiros reconhece que a grande imprensa atua em consonância com o pensamento hegemônico dos interesses dominantes, mas é cada vez mais sensível às agendas da sociedade e dos movimentos sociais e de suas lutas. O jornalismo brasileiro está mais fortalecido em relação às ingerências do Estado e do poder econômico e mais atento às reivindicações do cidadão.

A respeito de história dos meios de comunicação no mundo e no Brasil, julgue os itens que se seguem.

- 59 Muito antes do surgimento do celular, a válvula eletrônica foi a invenção tecnológica que possibilitou a miniaturização dos aparelhos de rádio e a sua mobilidade.
- 60 Antes da digitalização da televisão, o rádio no Brasil já estava digitalizado, tanto na emissão quanto na recepção das programações, em todas as ondas e frequências.
- 61 A interatividade e as transmissões ao vivo são possibilidades decorrentes da Internet e do *web* rádio, meio viabilizado com o advento das conexões de banda larga.
- 62 A órbita geoestacionária é o avanço tecnológico pelo qual um satélite, em sincronia com a velocidade de rotação da Terra, mantém-se aparentemente fixo em relação a uma área de cobertura.
- 63 A iluminação da estátua do Cristo Redentor, programada para ser acionada em Roma, no dia da sua inauguração, em 12 de outubro de 1931, por Guglielmo Marconi, foi um fato que surpreendeu tecnologicamente pela simultaneidade com a comunicação internacional.
- 64 Criada em 1936, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, líder de audiência no final da década, tornou-se estatal quando o governo de Getúlio Vargas decidiu que ela deveria se tornar um instrumento de afirmação do regime e encampou o grupo ao qual a empresa pertencia.
- 65 A atividade jornalística, com o objetivo de atender às necessidades de informação de cidadãos, teve início na Europa, nos séculos XV e XVI, com o surgimento das gazetas, antes da Revolução Industrial e do que se tornou conhecido como sociedade de massa e de cultura de massa.

Com relação ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, julgue os itens subsequentes.

- 66 Compete às comissões de ética dos sindicatos dos jornalistas profissionais a função de orientar quanto à adequação de conteúdos noticiosos em relação a faixas de idade e o horário, classificando-os, após exame prévio, conforme o risco de ferir ou não o decoro das respectivas audiências.
- 67 Não constitui quebra de decoro profissional o fato de o jornalista acumular funções jornalísticas em uma mesma empresa, mesmo que isso implique substituição ou supressão de cargos, desde que ele receba remuneração correspondente ao trabalho extra.
- 68 A Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) é uma das bases para a fundamentação do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), especialmente no que se refere aos direitos de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.
- 69 Uma das ênfases do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros em vigor, em relação ao anterior, é o foco corporativo, por favorecer os julgamentos coletivos sobre como o jornalista deve ou não agir, isentando a consciência individual do jornalista dos dilemas deontológicos.

A respeito das tendências adotadas pelo governo brasileiro no que se refere à regulamentação da Internet, julgue os itens que se seguem.

70 Ao viabilizar alterações no Código Penal Brasileiro para tipificar como crime uma série de delitos cibernéticos, os Poderes Legislativo e Executivo atenderam a reivindicações que já eram consensuais entre usuários, provedores e especialistas em liberdade de expressão, sobre a pertinência de se regulamentar a Internet.

71 Embora seja um dos países com um dos maiores contingentes de usuários da Internet, o Brasil não enviou uma delegação à Conferência Mundial de Telecomunicações Internacionais (WCIT-12) realizada em Dubai, por não concordar com a criação de um marco civil internacional para a Internet.

72 Sancionada pela presidenta Dilma Rousseff e chamada de Lei Carolina Dieckmann, a Lei dos Crimes Cibernéticos tem como objetivo a tipificação dos atos que podem ser considerados criminosos no meio eletrônico, como a invasão de computadores, a violação de dados de usuários ou derrubar sítios.

Considerando as situações textuais frequentes na redação jornalística, julgue os itens a seguir, acerca da adequação das estruturas e das expressões utilizadas em texto jornalístico.

73 Na frase “terá início a partir desta semana o acordo entre o governo federal e os produtores de açúcar para a fixação de um preço mínimo do produto na entressafra”, a utilização da expressão “terá início” está adequada.

74 A frase “começam a vigorar na segunda-feira as novas orientações do Ministério da Educação sobre o Programa de Avaliação Seriada” obedece aos padrões textuais e estilísticos.

75 Observa-se adequação às regras de redação na frase “uma sondagem de opinião realizada no final do último inverno revelou crescimento de dez por cento entre os consumidores que preferem vinhos importados em vez de vinhos nacionais”.

76 O trecho “um terremoto de 6.2 graus na escala Richter foi registrado nas divisas entre Peru, Bolívia e Brasil. Com menos impacto, os tremores também foram sentidos na fronteira do Acre com Amazonas, principalmente nos limites dos municípios de Rio Branco e Porto do Acre” segue os padrões de adequação de redação.

77 O emprego dos verbos em “começarão a vigorar a partir deste mês os acordos entre sistemas de segurança dos governos federal e estaduais para o enfrentamento do crime organizado” é adequado.

Com relação ao *release* como gênero e técnica jornalísticos, julgue os próximos itens.

78 Por se tratar de um produto do jornalismo institucional, o *release* tem caráter promocional. Por essa razão, o *release* não apresenta as mesmas características que definem a notícia mercadológica.

79 O *release*, dado o seu enquadramento institucional, não é um produto apropriado às redes sociais, em razão da ausência de controle sobre o gênero em um contexto interativo.

80 A utilização do *release*, por se tratar de documento oficial, requer prudência, no que se refere aos seus destinatários, sendo mais recomendado como instrumento de comunicação direcionada, em especial, voltado aos jornalistas especializados em assuntos corporativos.

81 O papel não é o único meio de disponibilização do *release*. O material informativo também pode ser oferecido em vídeo, armazenado em banco de imagens e ser facilmente disponibilizado por meio de *link* para acesso *on-line*.

82 Os *releases* devem ser redigidos na estrutura de pirâmide normal por não contemplarem notícias factuais, por se destinarem prioritariamente à geração de pautas, por não haver garantia de que serão aproveitados e por serem encaminhados a diferentes meios de comunicação.

Acerca dos papéis dos assessores na área de comunicação, julgue o item abaixo.

83 Um profissional de comunicação, ao assumir o cargo de assessor, deverá saber que as suas atribuições serão distintas, tendo em vista os objetivos das ações de comunicação de interesse público de uma empresa privada em relação aos de uma empresa pública.

Algumas ações de comunicação são reservadas para momentos especiais de intervenção junto aos públicos de uma organização. Com base nesse assunto, julgue os itens seguintes.

84 *Position paper* é um texto extraoficial, de natureza política, em que dirigentes ou personalidades informam e detalham a sua posição específica, não institucional, a respeito de temas polêmicos e complexos, devendo ser redigido, preferencialmente, de forma jornalística (com título, *lead* e padrão de notícia).

85 Nota oficial é uma forma de declaração, posicionamento oficial ou esclarecimento sobre assunto relevante, urgente e de grande interesse público. Não tem formato jornalístico, mas deve ser redigida de modo a ser compreendida pelos mais variados públicos.

No que concerne à finalidade e ao formato de entrevistas coletivas, julgue os itens subsecutivos.

- 86 Entrevista coletiva é uma forma natural de uma assessoria de imprensa promover o contato entre dirigentes de uma organização e a comunidade jornalística, sempre que houver possibilidade de uma personalidade reconhecida falar exclusivamente sobre um tema de seu domínio e merecer destaque na mídia em dado momento.
- 87 Um *briefing* de imprensa difere de um *briefing* publicitário, sendo o primeiro sinônimo de entrevista coletiva para fins de esclarecimento, a cargo de um porta-voz, e o segundo equivalente ao conjunto de informações básicas que um porta-voz transmite como orientação para que uma agência de publicidade compreenda qual é a demanda de comunicação a ser atendida por uma campanha de publicidade.
- 88 Uma entrevista coletiva de imprensa requer uma série de passos preparatórios: trabalho prévio de organização, para que seja amplamente divulgada com antecedência; preparação do assessorado, para uma explanação inicial e para as perguntas presumíveis; e estimativa de duração, de modo que o tempo gasto seja, ao mesmo tempo, econômico para o entrevistado e satisfatório para os entrevistadores.
- 89 Uma entrevista coletiva é também uma oportunidade para que um dirigente de uma empresa ou organização aproveite para responder pautas de jornalistas que se encontram acumuladas e, assim, democratizar a informação de interesse público, sem privilegiar qualquer veículo que tenha encaminhado indagações em particular.

Considerando que uma das atribuições dos assessores de imprensa e de porta-vozes é a de preparar os seus assessorados para entrevistas, julgue os itens seguintes.

- 90 É de responsabilidade do cargo de assessor de comunicação ou de imprensa, por se remeter diretamente à direção máxima de uma empresa ou organização, fazer que as atividades de *media training* sejam inseridas na relação entre o profissional de comunicação e os seus dirigentes maiores, não sendo uma atividade a ser partilhada com os demais círculos organizacionais.
- 91 Não se considera tempo perdido se parte do que foi informado e declarado em uma entrevista não sair publicado ou mesmo se nada houver para ser recolhido pelo *clipping* posterior a ela.

Na comunicação de crise, há procedimentos que devem ser adotados e outros que são considerados erros. Com base nessa afirmativa, julgue os itens de 92 a 96.

- 92 Um erro elementar diante de uma investigação jornalística é deixar o jornalista sem retorno das informações solicitadas, quando há interesse por matéria de caráter negativo. Além de oportunizar a divulgação da matéria sem esclarecimentos a respeito do que se publica, possibilitando a alegação por parte do jornalista de que não obteve resposta ao procurar a organização responsável, torna-se mais complexo corrigir informações após a publicação.
- 93 Ao saber de uma pauta negativa em curso de investigação por parte de um jornalista, o procedimento adequado é prevenir o corpo diretivo, preparar fontes credenciadas para a eventualidade de um desmentido e aguardar a divulgação da matéria, uma vez que existe a possibilidade de que a matéria não venha a ser publicada ou não represente prejuízo que justifique um esclarecimento público.

- 94 Em caso de publicação de matéria jornalística danosa à reputação de uma empresa ou organização, não se deve procurar o repórter para que ele, autor da reportagem, providencie os esclarecimentos. Nesse caso, a melhor opção é o envio de uma carta amplamente esclarecedora, além da reivindicação de matéria reparadora sobre o fato.
- 95 Há uma tendência, entre os autores que tratam de gerenciamento de crises, em favor de uma conduta proativa por parte das organizações, que consiste em encenar as situações previsíveis e treinar os quadros funcionais para as eventualidades.
- 96 Quando um fato prejudicial a uma empresa ou organização é transformado em notícia ou reportagem, o procedimento adequado é admiti-lo e informar as providências tomadas relativas ao ocorrido. Se o fato for inverídico, é preciso providenciar um desmentido. Ignorar a notícia ou reportagem pode denotar culpa presumida.

Considerando o contexto atual do planejamento do jornalismo institucional de uma organização, no que se refere ao conjunto de produtos a serem disponibilizados, julgue o item seguinte.

- 97 É correto afirmar que uma organização, privada ou pública, ao criar e manter com seus recursos a sua própria agência de notícias, e que, dessa maneira, beneficie-se da Internet como plataforma multimídia, enquadra-se em uma nova modalidade de jornalismo, o jornalismo corporativo.

Em relação à comunicação interna, julgue os itens a seguir.

- 98 A comunicação interna objetiva viabilizar toda a interação entre uma dada organização e os seus empregados.
- 99 A rede informal de comunicação, interdependente da comunicação formal e baseada nas relações sociais entre os empregados, flui de maneira lenta.
- 100 O setor de comunicação interna deve ser integrado aos objetivos e às estratégias de uma organização.
- 101 *House organs* são publicações destinadas tanto para o público interno quanto para o público externo de uma organização.

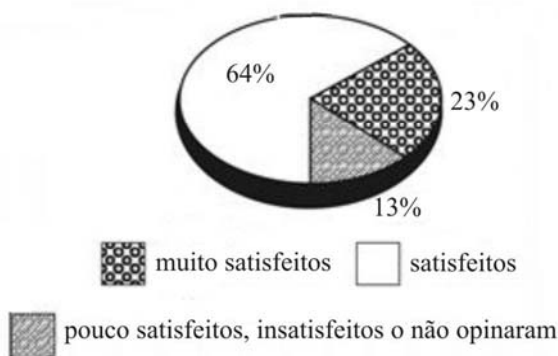
Com relação ao planejamento de comunicação interna, julgue os itens que se seguem.

- 102 A missão, a visão e os valores da organização não devem ser considerados no planejamento de comunicação interna.
- 103 A determinação dos veículos de comunicação utilizados e a justificativa devem constar do plano de comunicação interna.

Com base no conceito de opinião pública e na prática de pesquisa de opinião pública, julgue os itens seguintes.

- 104 A opinião pública pressupõe uma discussão pública para se chegar coletivamente a um consenso sobre determinado assunto.
- 105 A pesquisa de opinião, também conhecida como *survey*, é um método de investigação qualitativo que possibilita a coleta de grande quantidade de dados.
- 106 No contexto das organizações, a pesquisa de opinião é realizada para analisar as relações de uma organização com os seus públicos de interesse, também chamados de *stakeholders*.

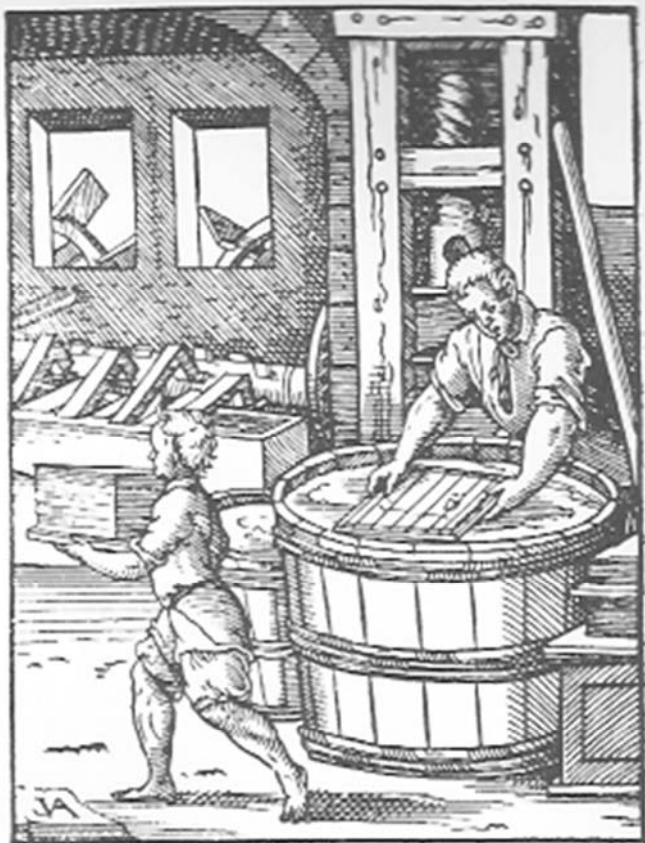
O gráfico a seguir faz referência aos dados de uma pesquisa de opinião realizada com usuários de uma operadora de celular.



Com base no gráfico apresentado, julgue os itens que se seguem.

107 Os gráficos de pizza são ferramentas utilizadas para apresentar os resultados de uma única variável.

108 A maioria dos usuários está muito satisfeita com os serviços da operadora.



Jost Amman Standebuch, Nuremberg, 1568.

Na imagem acima está representado um fabricante de papel. Note que o papel era feito à mão, folha por folha. O tamanho da folha era limitado pela dimensão e pelo peso da forma utilizada. Atualmente, a indústria de papel disponibiliza papéis com características variadas, como gramaturas, cores e acabamentos. A série A é um sistema que se refere à dimensão de papel.

J.V. White. *Graphic design for the electronic age – the manual for traditional and desktop publishing*. 1988, p.164 (com adaptações).

Com base nas informações apresentadas, julgue os itens a seguir.

109 A folha de papel A4 é a metade da A3 e é o dobro da A5.

110 A dimensão da folha de papel A3 é de 210 mm x 297 mm.

111 As proporções das folhas de papel A5, A6 e A7 variam.

112 A escolha da gramatura de papel influencia o peso final da publicação.

113 Papéis revestidos são inadequados para o sistema de impressão *offset*.

114 A série A compreende folhas que derivam da proporção 1:√2.

O produtor gráfico é o principal elo entre a empresa e os serviços de terceiros, os quais contratados para executar a pré-impressão, a impressão e a pós-impressão da comunicação institucional, publicitária e promocional dos clientes. Portanto, para exercer plenamente seu trabalho, o produtor gráfico deverá conhecer a natureza e a seqüência das operações necessárias para transformar um projeto de comunicação visual em um impresso acabado.

Lorenzo Baer. *Produção gráfica*. São Paulo: Senac, 2004, p.17-8 (com adaptações).

Considerando o texto acima como referência inicial, julgue os itens que se seguem, acerca dos sistemas de impressão.

115 A serigrafia é um sistema de impressão muito flexível, entretanto inadequado para impressão em grandes formatos.

116 A flexografia é um sistema de impressão relevográfica.

117 Tipografia, flexografia e serigrafia são processos de impressão direta.

Existe atualmente, à disposição da sociedade, grande variedade de formas de criação de conteúdos da Web 2.0 como, por exemplo, os *podcasts*, os blogues, os *bookmarks* sociais, as redes sociais e as *wikis*. Essas ferramentas podem ser muito úteis nos contextos empresariais e profissionais.

Acerca desse assunto, julgue os itens subsequentes.

118 Pode-se afirmar que o Linked-in é um exemplo de plataforma orientada para contexto de lazer, facilitando a partilha de informações referentes a eventos culturais e sociais.

119 Inclui-se, entre os fundamentos do Facebook, o aproveitamento dos efeitos de rede, em que cada indivíduo representa um nó da teia *www*, comunicando e compartilhando informações.

120 O Facebook pode ser considerado uma plataforma convergente, pois permite que se integrem a ela diversos recursos, como, por exemplo, outros *websites*, dispositivos móveis, RSS, *feeds*, blogues, Twitter, entre outros.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova, faça o que se pede, usando, caso deseje, os espaços para rascunho indicados no presente caderno. Em seguida, transcreva os textos para os respectivos espaços reservados do **CADERNO DE TEXTOS DEFINITIVOS DA PROVA DISCURSIVA**, nos locais apropriados, pois **não serão avaliados fragmentos de texto escritos em locais indevidos**.
- Na redação de texto dissertativo e em cada questão prática, qualquer fragmento de texto que ultrapassar a extensão máxima de linhas disponibilizadas será desconsiderado. Será também desconsiderado o texto que não for escrito no devido local da folha de texto definitivo correspondente.
- No **caderno de textos definitivos**, identifique-se apenas na primeira página, pois não será avaliada a prova discursiva que apresentar texto com qualquer assinatura ou marca identificadora fora do local apropriado.
- Na avaliação da redação de texto dissertativo e de cada questão prática, ao domínio do conteúdo serão atribuídos até **10,00 pontos**, dos quais até **1,00 ponto** será atribuído ao quesito apresentação e estrutura textuais (legibilidade, respeito às margens e indicação de parágrafos).

Texto Dissertativo

O conceito de esfera pública, uma noção-chave para a compreensão dos fenômenos relacionados à formação da opinião pública, foi redimensionado a partir do surgimento da Internet, especialmente com o advento das tecnologias que proporcionam simultaneidade nas interações, tanto dos indivíduos entre si quanto desses com o Estado e, de forma mais ampla, com a sociedade.

A partir das informações acima, redija um texto dissertativo sobre a transformação do conceito e das circunstâncias de funcionamento da esfera pública. Ao elaborar seu texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- surgimento da esfera pública no contexto grego da pólis e da ágora; [valor: 2,00 pontos]
- esfera pública burguesa dos séculos XVII e XVIII; [valor: 2,00 pontos]
- esfera pública das redes sociais e de uma suposta ágora eletrônica na atual fase da modernidade. [valor: 5,00 pontos]

Rascunho – Texto Dissertativo

| | |
|----|--|
| 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 | |

Questão Prática

1

Uma organização internacional necessita veicular um cartaz de apoio a uma campanha publicitária sobre combate à infecção hospitalar. Para tanto, precisa difundir instruções do tipo passo a passo sobre higiene das mãos em hospitais. Já dispondo dos elementos visuais para ilustração da peça, falta ainda a parte textual.

Considerando a situação hipotética acima e na qualidade de redator que irá atender à solicitação, faça o que se pede a seguir.

- Redija um texto curto (com formato de uma nota), acompanhado de um título referencial, mas mobilizador, sobre a importância da lavagem das mãos no controle de infecções hospitalares. **[valor: 3,00 pontos]**
- Apresente a descrição do passo a passo (em três etapas, com três legendas) sobre a limpeza das mãos e da própria torneira. **[valor: 3,00 pontos]**
- Forneça instruções gráficas a serem observadas pelos produtores do cartaz quanto à fonte, corpo e cores e, se possível, outros detalhes gráficos e estéticos. **[valor: 3,00 pontos]**

Rascunho – Questão Prática 1

| | |
|----|--|
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | |
| 4 | |
| 5 | |
| 6 | |
| 7 | |
| 8 | |
| 9 | |
| 10 | |
| 11 | |
| 12 | |
| 13 | |
| 14 | |
| 15 | |
| 16 | |
| 17 | |
| 18 | |
| 19 | |
| 20 | |

Questão Prática

2

Para promover um evento público de sua empresa, o funcionário responsável pela produção solicitou à equipe de criação que atende a empresa a confecção de um convite. Em resposta à solicitação, a equipe projetou dois produtos: um convite impresso e um convite eletrônico (*e-flyer*). A empresa aprovou tanto o projeto quanto sua execução. O convite impresso foi enviado para cem convidados VIP e o *e-flyer* para toda a lista de *emails* dos funcionários da empresa (aproximadamente quinhentas pessoas). A festa foi um sucesso e teve a presença de mais de três mil pessoas.

Considerando a situação apresentada acima, apresente as razões pelas quais a empresa decidiu utilizar o convite impresso e o digital e discorra sobre as vantagens de tal procedimento. Ao elaborar sua resposta, considere, necessariamente, os seguintes aspectos:

- o público-alvo tanto dos convites impressos quanto dos digitais; [valor: 3,00 pontos]
- a eficácia de cada um desses meios de veiculação; [valor: 3,00 pontos]
- a diferença de custo de produção dos dois tipos de convite. [valor: 3,00 pontos]

Rascunho – Questão Prática 2

| | |
|----|--|
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | |
| 4 | |
| 5 | |
| 6 | |
| 7 | |
| 8 | |
| 9 | |
| 10 | |
| 11 | |
| 12 | |
| 13 | |
| 14 | |
| 15 | |
| 16 | |
| 17 | |
| 18 | |
| 19 | |
| 20 | |