



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA
FINANCIADORA DE ESTUDOS E PROJETOS

CONCURSO PÚBLICO

CADERNO DE PROVAS PARTE II

PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS
PROVA DISCURSIVA

CARGO 8: ANALISTA

ÁREA: INFORMAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBÁREA: COMUNICAÇÃO SOCIAL

Nível Superior
MANHÃ

ATENÇÃO!

Leia atentamente as instruções constantes na capa da Parte I do seu caderno de provas.

- 1 Nesta parte II do seu caderno de provas, confira atentamente os seus dados pessoais e os dados identificadores de seu cargo transcritos acima com o que está registrado em sua **folha de respostas** e na sua **folha de texto definitivo da prova discursiva**. Confira também o seu nome, o nome e número de seu cargo no rodapé de cada página numerada desta parte II de seu caderno de provas. Caso o caderno esteja incompleto, tenha qualquer defeito, ou apresente divergência quanto aos seus dados pessoais ou aos dados identificadores de seu cargo, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
- 2 Quando autorizado pelo chefe de sala, no momento da identificação, escreva, no espaço apropriado da **folha de respostas**, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

Só tem o direito de criticar aquele que tem coração para ajudar.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido em edital.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet — www.cespe.unb.br.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

QUESTÃO 31

Considere que um jornal tenha oferecido, certo dia, matéria exclusiva acerca de determinado assunto e que esse assunto tenha despertado o interesse do leitor. Nessa situação, o editor deve

- Ⓐ mandar rodar um segundo-clichê, com o objetivo de detalhar o tema na edição seguinte, recuperando as informações principais e acrescentando as novidades.
- Ⓑ pedir ao repórter para produzir uma suíte do assunto.
- Ⓒ publicar uma reportagem seriada com o envolvimento de vários repórteres.
- Ⓓ garantir que o leitor tenha um reprintedo tema na edição seguinte.
- Ⓔ produzir um cozido com as informações novas para que o leitor tenha uma visão bastante ampla do assunto.

QUESTÃO 32

A Internet é, hoje, a principal ferramenta das novas tecnologias de informação e comunicação. Assinale a opção **incorreta** acerca desse assunto.

- Ⓐ Google, YouTube e Yahoo são metabuscadores que obtêm receita de *links* patrocinados.
- Ⓑ Um anúncio na Internet em forma de imagem gráfica pode ser caracterizado como um *banner*, que pode ser usado como *link* para *homepage*, página de anunciante ou página de propaganda.
- Ⓒ O Flash é uma ferramenta que permite ao *web designer* construir páginas *web*.
- Ⓓ O Photoshop é um programa que permite tratamento e manipulação de imagens.
- Ⓔ Sítio é um conjunto de páginas *web* no qual se disponibilizam informações sobre uma pessoa física ou jurídica.

QUESTÃO 33

Um dos conceitos mais difundidos do teórico Marshall McLuhan é o de que o meio é a mensagem. O autor separa os meios de comunicação em meios frios e meios quentes. A respeito desse assunto, assinale a opção **incorreta**.

- Ⓐ Um meio quente, que é aquele que prolonga os sentidos humanos, sempre tem alta definição.
- Ⓑ Um meio frio permite menos participação que um meio quente.
- Ⓒ Alta definição refere-se a um estado de alta saturação de dados.
- Ⓓ O telefone é um meio frio.
- Ⓔ A televisão é um meio frio.

QUESTÃO 34

A direção de determinado órgão público que atua com pesquisa solicitou à respectiva assessoria de comunicação para adotar um instrumento de mídia social com a finalidade de obter interação direta com os públicos de interesse da organização. Nesse caso, como medida da assessoria para atender a essa demanda por maior participação nos processos da organização, é adequado

- Ⓐ criar um ambiente de interação Linux no *hotsite*, centralizando informações a respeito de determinados temas de interesse e garantindo espaços para acesso a *chats*, *e-mails* e páginas de integrantes da organização no Orkut.
- Ⓑ criar um *link* no sítio da organização para acesso ao YouTube e nele disponibilizar vídeos relacionados a essa organização, seu trabalho e seus profissionais.
- Ⓒ disponibilizar um ambiente no Flickr para atendimento a demandas de informação e diálogo com os interessados em temas científicos.
- Ⓓ criar um *blog* aberto a comentários e perguntas, mas com moderação prévia para disponibilizar informações atualizadas do órgão.
- Ⓔ criar um perfil no Twitter para interagir com interessados em questões da organização, por meio de informações sintéticas — mensagens de até 240 caracteres —, mas interessantes.

QUESTÃO 35

Há vários modelos que tentam explicar o processo de comunicação e o jornalismo. Acerca desse assunto, assinale a opção **incorreta**.

- A Harold Lasswell apresentou um modelo orientado para os meios de comunicação de massa que abordava as cinco questões seguintes: quem?; diz o quê?; em que canal?; a quem?; com que efeitos?
- B Shanon e Weaver estudaram comunicação eletrônica e incluíram o elemento ruído no processo de comunicação.
- C A metáfora do *gatekeeper* (porteiro) é utilizada para ajudar a explicar os critérios de seleção da notícia.
- D Para a teoria estruturalista, as notícias são um produto socialmente construído.
- E Os estudos de *newsmaking* tentam verificar como as notícias, como artefatos linguísticos, afetam o consumidor de informação.

QUESTÃO 36

Na década de 50 do século XX, Samuel Wainer criou um veículo de comunicação novo para apoiar Getúlio Vargas. Esse veículo, dedicado a fazer jornalismo político engajado, mas com características inovadoras, denominava-se

- A jornal **Última Hora**, cujas principais características foram a adoção de linguagem popular e o pagamento de salários acima do mercado.
- B revista **O Cruzeiro**, que iniciou a fase do jornalismo ilustrado, publicando muitas reportagens longas, com fotos coloridas de página inteira e abordagem de temas inéditos relacionados a obras, projetos e ações do governo.
- C jornal **Diário Carioca**, que valorizou o jornalismo político, adotando notas curtas sobre o tema.
- D jornal **Tribuna da Imprensa**, que enfatizou o uso do *lead*, do texto curto, da diagramação com espaçamento maior entre as colunas, em contraposição a manchetes sensacionalistas.
- E jornal **Correio da Manhã**, que foi criado depois da ascensão de Getúlio Vargas ao poder e inovou ao utilizar fotos em todas as capas, fazer longas reportagens acerca de temas relativos a regiões distantes e lançar edições regionais em Minas Gerais e São Paulo.

QUESTÃO 37

A primeira emissora de TV no Brasil foi a TV Tupi Difusora, criada em 1950 pelo empresário

- A João Saad.
- B Carlos Lacerda.
- C Heron Domingues.
- D Assis Chateaubriand.
- E Adolpho Bloch.

QUESTÃO 38

Emissoras de rádio e TV podem possuir vários estúdios funcionando simultaneamente; nelas, há um local específico para receber sons e(ou) imagens produzidos, antes de serem levados ao ar. Esse local é

- A a central de produção de reportagens, também denominada *feature*, onde é feito o monitoramento de toda a produção.
- B o ambiente de *preview*, que avalia e define toda a programação antes de sua transmissão.
- C a edição, que organiza o material gravado e define o que será transmitido e a sequência de transmissão.
- D a central de decupagem, onde todo o material produzido é analisado tecnicamente e liberado para veiculação.
- E o controle-mestre, onde são interligados os estúdios da emissora que estarão no ar, conforme roteiro fornecido pela direção de programação.

QUESTÃO 39

A entrevista é a maneira clássica de apuração de informações por parte de um repórter. Com relação a esse assunto, julgue os itens a seguir.

- I A entrevista em profundidade focaliza o acontecimento específico, sendo irrelevante, nesse caso, o entrevistado.
- II A entrevista é coletiva quando várias fontes, ao mesmo tempo, fornecem informações aos jornalistas.
- III Entrevista ocasional é aquela em que inexistiu combinação prévia com o entrevistado.
- IV Entrevista testemunhal trata do relato de um entrevistado sobre algo que ele testemunhou ou de que participou.
- V Entrevista temática trata de um assunto sobre o qual o entrevistado tenha condições de informar o público.

Estão certos apenas os itens

- A I, II e III.
- B I, II e IV.
- C I, III e V.
- D II, IV e V.
- E III, IV e V.

QUESTÃO 40

A divisão da classificação dos gêneros jornalísticos em opinativos e informativos é clássica. A respeito desse tema, julgue os itens a seguir.

- I O editorial expressa a opinião oficial da empresa acerca de fatos que julga relevantes em determinado momento.
- II Um artigo pode ser considerado como qualquer matéria publicada em jornal, mas, como gênero jornalístico, trata de matéria específica em que alguém, jornalista ou não, desenvolva uma ideia e apresente sua opinião.
- III A resenha tem a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores; é também chamada de crítica.
- IV Muitos estudiosos consideram a crônica um gênero tipicamente brasileiro, que não encontra equivalente na produção jornalística de outros países.
- V A charge é o retrato humano ou de objetos que exagera ou simplifica traços, acentuando detalhes ou ressaltando defeitos, com finalidade de suscitar risos, ironia.

A quantidade de itens certos é igual a

- A 1.
- B 2.
- C 3.
- D 4.
- E 5.

QUESTÃO 41

Considere que um jornalista vai gravar um *teaser* para o noticiário da noite, a respeito de tema pautado pela assessoria de imprensa. Isso significa que

- A o jornalista vai fazer a reportagem, mas a sua veiculação será definida posteriormente.
- B a reportagem vai ser disponibilizada para veiculação naquele mesmo dia.
- C o jornalista fará uma pequena chamada ou anúncio da notícia, para despertar o interesse do público.
- D o jornalista incluirá um comentário pessoal no conteúdo da reportagem.
- E a reportagem será feita ao vivo.

QUESTÃO 42

O editor pede ao repórter para produzir um texto adicional, logo abaixo de uma matéria, com título em corpo menor do que o corpo do título principal, mas ligado à matéria principal por uma nítida relação de conteúdo. Nesse caso, o editor deseja um(a)

- A sub-retranca, texto complementar que, muitas vezes, é diagramado no meio das colunas do texto principal.
- B moldura, texto que apoia e complementa a matéria principal.
- C retícula, matéria cercada por moldura de texto, constituída de fios ou vinhetas.
- D janela de conteúdo, que acrescenta informações adicionais ao texto principal.
- E suelto, alternativa técnica para dividir um conteúdo grande de informações, de maneira a facilitar a leitura.

QUESTÃO 43

A respeito da produção jornalística para TV, assinale a opção correta.

- A *O flash* é uma entrada ao vivo no noticiário para tratar de um fato que está ocorrendo naquele momento.
- B A cabeça de uma matéria corresponde à chamada dada pelo apresentador no bloco imediatamente anterior àquele no qual ela será transmitida.
- C *Off* é a narração do apresentador ou do repórter enquanto as imagens da notícia vão sendo expostas.
- D Pé é a segunda metade de uma reportagem televisiva.
- E Caco são os comentários gestuais feitos pelo apresentador durante a narração de uma reportagem.

QUESTÃO 44**Vai até a meia-noite o prazo para divulgação de aprovados no Prime**

Até a meia-noite, serão divulgadas as listas preliminares de aprovados na primeira fase do Programa Primeira Empresa (Prime), da FINEP. Cada uma das 17 incubadoras parceiras do programa vai publicar, em seus respectivos portais, o resultado com o número de propostas selecionadas. O resultado oficial desta etapa só será conhecido no dia 18 de junho, após o término do prazo de julgamento dos recursos que venham a ser apresentados por empresas não contempladas na chamada.

Para participar do programa Prime, o candidato precisava antes cadastrar a sua empresa no Portal da Inovação. No dia 30 de abril, quando terminou o prazo para apresentação de propostas ao Prime, o Portal apontava para 3.159 cadastros de empresas inovadoras nascentes em todo o país.

Destinado a apoiar empresas inovadoras de base tecnológica que tenham até dois anos e estejam formalmente legalizadas, o Prime vai financiar empreendimentos que se destaquem pelo caráter inovador de seus produtos ou serviços.

Acerca do texto acima, assinale a opção correta.

- A O autor adotou a técnica de pirâmide normal.
- B O autor produziu uma matéria do gênero *release*.
- C O autor produziu uma matéria do gênero de jornalismo informativo.
- D A matéria é do gênero de jornalismo diversional.
- E O autor produziu uma matéria do gênero jornalismo institucional.

QUESTÃO 45

Luiz Beltrão foi um professor brasileiro pioneiro nos estudos de *folkcomunicação*, considerada por muitos a primeira teoria brasileira no campo da comunicação. Acerca desse tema, assinale a opção correta.

- A Uma característica dos estudos de *folkcomunicação* é o estudo da comunicação popular não a partir da confrontação com os meios de comunicação de massa ou do referencial do observador, mas como manifestação própria dentro de determinado grupo cultural.
- B O conceito de *folkcomunicação* foi desenvolvido como contraponto ao surgimento da Internet.
- C Os estudos de *folkcomunicação* lidam, essencialmente, com o resgate de procedimentos de comunicação em vias de extinção.
- D O termo *folkcomunicação* refere-se ao estudo dos processos de comunicação que envolvem produtores de artefatos artesanais.
- E Os chamados jornais populares são um objeto científico típico da *folkcomunicação*.

QUESTÃO 46

Cláudio Nucci (1992, p. 1-3) defendia que os assessores de imprensa não deviam ser considerados jornalistas. Segundo ele, a diferença principal entre os dois era que “o jornalista representa e defende os interesses dos seus leitores, escuta a comunidade, investiga, confronta, analisa e publica, enquanto o assessor de imprensa trabalha os interesses dos clientes.”

Em seu Manual de Imprensa, versão eletrônica de 2007, a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) afirma que o segmento de assessoria de imprensa é o que mais emprega jornalistas, sendo responsável pela criação de um vínculo de confiança com os veículos de comunicação. Segundo a FENAJ, são atividades de assessoria de imprensa, entre outras, o envio frequente de informações jornalísticas das organizações para os veículos de mídia, o agendamento de entrevistas e a organização de coletivas.

Acerca desse assunto, assinale a opção correta.

- A Durante os governos militares, houve maior independência da assessoria de imprensa.
- B Os jornalistas devem investigar e relatar fatos de forma a melhor defender os interesses dos clientes (leitores) e patrões.
- C O envio de *releases* e o contato permanente entre assessoria e veículos de comunicação é uma das funções das modernas assessorias de imprensa.
- D O vínculo de confiança pode ser criado, por exemplo, a partir de uma contrapartida financeira.
- E Segundo a FENAJ, os assessores de imprensa concorrem com os jornalistas em vagas de emprego em veículos de mídia.

QUESTÃO 47

Espera-se que as relações entre a imprensa e as instituições ocorram por meio de uma relação de confiança que garanta transparência de informações e respeito mútuo. Diante disso, muitos dirigentes têm procurado os chamados *media training*, para se prepararem para o contato com a mídia. A partir dessas informações, assinale a opção **incorreta**.

- Ⓐ O *media training* prepara dirigentes e porta-vozes para o contato com as câmeras, para dar respostas objetivas, para saber como comportar-se durante entrevistas e gravações, para momentos de crise, entre outras coisas.
- Ⓑ Os dirigentes fazem o *media training* apenas para dar uma satisfação aos jornalistas.
- Ⓒ Durante uma crise institucional, tanto a assessoria de imprensa quanto o dirigente podem manifestar-se, desde que estejam capacitados para esse tipo de contato com a mídia.
- Ⓓ Depois de treinados, os dirigentes que fazem o *media training* geralmente dão ainda mais valor à assessoria de imprensa.
- Ⓔ A administração do *media training* pode ser feita pela própria assessoria de imprensa.

QUESTÃO 48

Com base na situação atual de regulamentação da profissão de jornalista, assinale a opção correta.

- Ⓐ Profissionais de relações públicas e publicitários não podem redigir e supervisionar *house organs*.
- Ⓑ No jornalismo *on-line*, ou digital, qualquer pessoa pode escrever matérias; há uma regulamentação específica para a Internet nesse sentido.
- Ⓒ Apesar das pautas estarem muito associadas ao trabalho jornalístico, o jornalismo moderno não incentiva o seu uso para evitar reprimir a criatividade e a iniciativa do jornalista.
- Ⓓ Assessoria de imprensa não é função privativa de jornalista.
- Ⓔ A elaboração de vídeos de notícia é de responsabilidade de publicitários.

QUESTÃO 49

Motivados por crenças, práticas e comportamentos das coletividades às quais pertencem, públicos diferentes selecionam e interpretam de forma diferente uma mesma informação. As áreas de jornalismo das instituições têm procurado conhecer e segmentar esses públicos, de modo a aprimorar seus canais de distribuição e de interatividade. Acerca desse assunto, assinale a opção **incorreta**.

- Ⓐ Uma central 0800 ligada à área da comunicação é um canal de interatividade.
- Ⓑ Públicos é um conjunto de indivíduos ao qual se deve dirigir uma comunicação em duas mãos: ouvir e falar, enviar e receber.
- Ⓒ As pesquisas permitem identificar e segmentar os públicos de uma instituição de forma fidedigna.
- Ⓓ Segmentar públicos é defini-los por categorias fundamentadas basicamente em aspectos sociais.
- Ⓔ As informações que chegam aos públicos precisam ter coerência de conteúdo para que produzam credibilidade.

QUESTÃO 50

Da catadora de papel de mãos maltratadas à empresária bem-sucedida de brincos de pérola, a angústia é exatamente a mesma. Sentem o mesmo medo, a mesma vergonha e dor quando se tornam vítimas da violência doméstica. Ela ocorre dentro das casas da Estrutural, dos apartamentos do Plano Piloto e das sofisticadas mansões do Lago Sul, regiões onde mais mulheres buscaram proteção judicial como escudo contra companheiros e ex-companheiros. Desde a entrada em vigor da Lei Maria da Penha, em setembro de 2006, 14 mil mulheres do DF pediram a proibição de contato.

Ana Dubeaux e Samanta Sallum. **Desde que a Lei Maria da Penha foi instituída 14 mil mulheres já buscaram a justiça.**
In: *Correio Braziliense*, 22/6/2009 (com adaptações).

Tendo o contexto acima como referência inicial, assinale a opção correta.

- Ⓐ Narrar é um desafio na medida em que os jornalistas consideram que a narrativa não segue as regras usuais de redação jornalística.
- Ⓑ Jornalistas não devem refletir sobre os fatos na prática profissional cotidiana.
- Ⓒ Ao se permitir adjetivar e humanizar a notícia em vez de apenas fornecer dados e estatísticas, pode-se dizer que os repórteres acrescentaram um toque humanizado aos padrões do jornalismo tradicional.
- Ⓓ Padrões tidos como legítimos nos jornais são estabelecidos já nos contratos de trabalho que os jornalistas assinam.
- Ⓔ A matéria apresentada no texto é caracterizada como tendenciosa, indo contra a ética do jornalismo.

QUESTÃO 51

De acordo com a Teoria da Cauda Longa, desenvolvida pelo economista e jornalista Chris Anderson, depois da convergência digital e da Internet, as preferências dos consumidores migraram dos poucos produtos considerados *hits*, os mais procurados, para um grande número de produtos de nicho, cuja procura é feita por segmentos específicos de públicos. Para demonstrar essa mudança, criou-se um gráfico em que tais preferências aparecem representadas por uma cauda longa, daí o nome da teoria. Aplicada ao jornalismo, essa teoria se faz sentir na proliferação de sites amadores de informação, provocando queda de mais de um terço na circulação dos jornais impressos e mostrando o efeito da Cauda Longa sobre empresas jornalísticas tradicionais. Com relação a essas informações e a respeito desse assunto, assinale a opção correta.

- A Essa teoria, por ser econômica, não interfere em nada na vida das empresas jornalísticas.
- B A queda na circulação de jornais impressos pode ser atribuída ao fato de que, na Internet, o usuário tem acesso a diversas fontes de informação, sem custo e com maior rapidez.
- C A Teoria da Cauda Longa surgiu para atender aos internautas que não tinham grande poder aquisitivo.
- D Produtos de nicho têm baixa qualidade, sejam eles ideias, arte ou bens de consumo.
- E Os sites jornalísticos amadores têm como foco principal reproduzir o que o jornalismo tradicional rejeita por motivos técnicos.

QUESTÃO 52

No processo tradicional de produção de informação, ou *newsmaking*, a notícia baseia-se no tripé interesse/impacto, atualidade/significância e verdade. Mas definir notícia não é tarefa fácil, já que alguns autores não aceitam a ideia de que sua produção seja mera transcrição do fato ou simples rotina jornalística. Para eles, a produção da notícia deve implicar benefício público.

Com base nas informações do texto, julgue os itens subsequentes.

- I Fatos só existem quando a notícia decide que são fatos.
- II O tripé em que se baseia a produção da notícia não é mais aceito pelo jornalismo atual.
- III A produção de notícias está incluída na rotina jornalística de redações e assessorias de imprensa.
- IV Notícias de interesse são aquelas que dizem respeito e impactam a vida do país e da sociedade.

Estão certos apenas os itens

- A I e II.
- B I e III.
- C II e III.
- D II e IV.
- E III e IV.

QUESTÃO 53

Além das suas atribuições corriqueiras, as assessorias de imprensa têm-se tornado, cada vez mais, instrumentos de mobilização de públicos em relação a causas sociais. Muitas campanhas de esclarecimento e de conscientização da população passam por essas assessorias, que se tornam, assim, responsáveis pela promoção de bem-estar social.

Tendo como referência essas informações, julgue os itens a seguir.

- I Alerta contra doenças, prevenção de acidentes, incentivo a práticas sociais, conscientização sobre direitos são campanhas de mobilização nas quais a assessoria de imprensa não deve se engajar.
- II As assessorias se preocupam com a reputação das instituições.
- III Mobilizar não é manipular.
- IV Campanhas feitas ou apoiadas por assessorias de imprensa geralmente repercutem nos veículos de comunicação.
- V Ações de responsabilidade social também dizem respeito às assessorias de imprensa.

A quantidade de itens certos é igual a

- A 1.
- B 2.
- C 3.
- D 4.
- E 5.

QUESTÃO 54

O jornalismo *on-line* surgiu a partir da convergência digital e, diferentemente do jornalismo impresso, em que as assinaturas geram grande parte da receita, sua única fonte de receita são as verbas publicitárias. O assunto tem gerado polêmica e dividido a opinião de jornalistas. A partir dessas informações, assinale a opção correta.

- A A convergência digital foi promovida pelos publicitários.
- B As verbas publicitárias migraram para a Internet, porque os anunciantes não tinham retorno de suas aplicações na mídia impressa.
- C No jornalismo *on-line*, os jornalistas são obrigados pelos anunciantes a escrever acerca dos produtos e das empresas que eles representam.
- D A opinião divergente dos jornalistas não é apenas uma resistência ao meio digital, mas também uma resistência às verbas publicitárias como forma de sustentação do jornalismo *on-line*.
- E A tendência do jornalismo impresso é acabar devido à ampliação da frequência do jornalismo *on-line*.

QUESTÃO 55

Autores diversos, ao discorrerem acerca das técnicas de redação jornalística, concordam quanto à forma enxuta de narrar o fato, quanto à necessidade de se evitarem adjetivações, lugares-comuns, terminologias técnicas, no entanto nem todos concordam quanto a questões como objetividade ou imparcialidade. A respeito desse assunto, assinale a opção correta.

- Ⓐ As técnicas de produção jornalística são seguidas exclusivamente por jornalistas de assessorias de imprensa.
- Ⓑ Só há imparcialidade nos jornalistas que não pertencem a assessorias de imprensa.
- Ⓒ A objetividade é a capacidade de o jornalista se posicionar diante de um fato com base na própria análise e interpretação desse fato.
- Ⓓ Independentemente do tipo de notícia que está sendo produzida, a adjetivação é recurso necessário à produção de texto jornalístico.
- Ⓔ Para evitar discordâncias pessoais e práticas individualizadas em relação à redação jornalística, a grande imprensa optou por criar manuais de redação que normatizam a redação jornalística de seus repórteres e que são seguidos por outros veículos de menor porte.

QUESTÃO 56

Por meio da comunicação organizacional, também chamada empresarial ou corporativa, é possível às organizações estabelecer um processo de comunicação com seus diversos públicos. A comunicação organizacional é integrada pela comunicação interna, administrativa, institucional e mercadológica. Com base nessas informações, assinale a opção correta.

- Ⓐ O fluxo de informações que ocorre na comunicação administrativa é burocrático e não permite às áreas envolvidas intercâmbio eficiente nem a formação de redes de comunicação.
- Ⓑ As campanhas de esclarecimento ao público interno e as ações de suporte à gestão estratégica da organização, estabelecidas por meio de canais de diálogo ascendentes, descendentes e lineares, são instrumentos eficientes de comunicação interna.
- Ⓒ Assessoria de imprensa, propaganda institucional, relações públicas e jornalismo são subáreas da comunicação institucional e possuem cada uma delas as suas especificidades, o que não lhes permite integração.
- Ⓓ A divulgação publicitária dos produtos e serviços de uma instituição visa à formatação da imagem e da identidade corporativa.
- Ⓔ Pesquisas institucionais são coordenadas por jornalistas ou publicitários.

QUESTÃO 57

Jornalismo e publicidade são encontrados nas páginas dos maiores e dos menores jornais do país, evidenciando contrastes entre o anúncio e a notícia. De um lado, os negócios; do outro, a informação cotidiana. Acerca desse assunto, assinale a opção correta.

- Ⓐ A publicidade tem limites éticos diáfanos.
- Ⓑ O jornalismo e a publicidade têm posicionamentos opostos no trato da informação cotidiana.
- Ⓒ Jornalismo e publicidade são unidades informativas, distinguindo-se, entre outras coisas, por sua finalidade.
- Ⓓ Os veículos de comunicação que estão deixando a publicidade prevalecer sobre o jornalismo estão perdendo seus melhores profissionais.
- Ⓔ Os jornalistas criaram mecanismos legais para poderem opinar acerca da destinação da receita gerada pelos assinantes dos jornais e pelas verbas publicitárias.

QUESTÃO 58

A comunicação com o público precisa envolver ações que visem ao desenvolvimento e à cidadania. As atividades institucionais precisam ser exercidas com ética, para que a coisa pública seja objeto de visibilidade, transparência e controle. Com base nessas informações, julgue os itens a seguir.

- I Na comunicação com o público, as organizações só usam a área de jornalismo quando há problemas ou crises.
- II Ética é um conjunto de princípios que diz respeito a todo ser humano.
- III Instituições envolvidas em ações de responsabilidade social promovem cidadania.
- IV Garantir transparência é responsabilidade de toda a instituição e não apenas da assessoria de imprensa.
- V O controle da coisa pública é atribuição tanto das instituições, quanto da imprensa e de toda a sociedade.

Estão certos apenas os itens

- Ⓐ I, II e V.
- Ⓑ I, III e IV.
- Ⓒ II, III e IV.
- Ⓓ I, III, IV e V.
- Ⓔ II, III, IV e V.

QUESTÃO 59

As grandes instituições públicas do país possuem em sua estrutura veículos de comunicação institucional que incluem jornal, rádio, TV e agência de notícias em tempo real, além de uma assessoria de imprensa ou de comunicação. Cada um desses veículos possui particularidades, mas todos trabalham conteúdos de interesse e buscam a adequação de linguagem na informação ao cidadão.

Tendo o texto acima como referência e acerca dos múltiplos aspectos que ele suscita, assinale a opção correta.

- A Os cidadãos não acreditam nos veículos de comunicação institucionais.
- B A diferença entre uma assessoria de imprensa e uma de comunicação é o número de jornalistas que trabalha em uma e outra.
- C Tempo real é uma terminologia diretamente ligada ao jornal impresso.
- D Adequar linguagem é reproduzir o discurso determinado pela instituição.
- E Os veículos de comunicação institucionais prestam informações e interagem com os diversos públicos da instituição por meio de produtos e serviços que estabelecem canais de comunicação adequados às particularidades desses públicos.

QUESTÃO 60

A convergência de mídias, apesar de constituir-se em uma prática mais comum na iniciativa privada, tem-se tornado realidade também na área pública. As áreas de imprensa das instituições públicas têm buscado técnicas e recursos tecnológicos que permitam aos seus veículos de comunicação atuar de forma integrada e estratégica, racionalizando esforços e apostando na figura do profissional multimídia. Com base nessas informações, assinale a opção correta.

- A O jornalista multimídia deve ser capaz não só de escrever e editar textos, mas também de produzir imagens e editá-las.
- B A convergência não acontece com rapidez porque os recursos tecnológicos necessários que a viabilizam são caros e precisam ser, em sua maioria, importados.
- C O interesse das instituições públicas pela convergência de mídias está voltado para a necessidade de se reduzirem gastos com recursos humanos.
- D A integração entre os veículos de comunicação institucionais implica disputa por poder e por maior amplitude de atuação.
- E Treinar um jornalista para ser um profissional multimídia não é lucrativo.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova, faça o que se pede, 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 linhas disponibilizadas 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.

Em toda a sua história, a Universidade de Brasília (UnB) nunca recebeu a calourada de forma tão dramática, ou seja, mais preocupada em transmitir informações sanitárias do que acadêmicas. “É evidente que a administração universitária dormiu no ponto, demorando tanto a se preparar para uma pandemia tão avassaladora”, disse um líder estudantil, que preferiu não se identificar.

Já um funcionário da UnB, que também preferiu o anonimato, lançou o seguinte desafio: “Onde a UnB vai encontrar tanto álcool em gel se ele desapareceu da praça?”

Até o momento, 96 pessoas morreram no país por conta da *influenza A*. São Paulo é o estado mais afetado pela pandemia, com 1.306 pessoas infectadas. As características climáticas da região Centro-Oeste, assim como Norte e Nordeste, favorecem a diminuição da propagação do vírus.

Confrontando-se com o fato de que o Brasil já registra 3 mil casos da nova gripe, mas diante da necessidade de receber os calouros deste semestre letivo, a UnB não teve outra alternativa senão adiar a recepção aos novos acadêmicos, enquanto se prepara para recebê-los em sala de aula, juntamente com os veteranos e professores, mas adotando medidas preventivas e encomendando, em caráter de urgência, uma cartilha contendo instruções sobre condutas a serem adotadas, bem como preparando um *kit* com sabonete líquido e álcool em gel para os banheiros.

Preocupada em fomentar atitudes cuidadosas, mas sem inflacionar o clima de alarde, a UnB também está treinando uma equipe do Hospital Universitário, pois haverá uma campanha de orientação e prevenção. Enquanto isso, a Assessoria de Comunicação Social vem difundindo constantemente depoimentos de especialistas sobre importantes hábitos a serem adotados por toda a população, de aproximadamente 30 mil pessoas, que habitará o *Campus* universitário tão logo as aulas sejam retomadas.

A UnB prepara uma estratégia de comunicação institucional, de maneira a difundir diretamente para os públicos interno e externo um *folder* instrutivo com recomendações, entre elas, a seguinte: “Lavar as mãos várias vezes ao dia com água e sabão é um hábito importante e deve ser utilizado por qualquer pessoa. Especialmente antes de fazer refeições ou tocar os olhos e a boca, e depois de ir ao banheiro, por exemplo.”

Do ponto de vista do cidadão, como unidade do público, o que importa é se a informação atendeu-lhe em seu direito de saber (*publics right to know*); na sua necessidade de saber (*publics need to know*); e no seu desejo de saber (*publics want to know*). Teríamos, então, pelo menos três categorias distintas de interesse público.

Luiz Martins Silva. *Jornalismo e interesse público*. In: R. Seabra e V. Sousa (Orgs.). *Jornalismo político: teoria, história e técnicas*. São Paulo, Record, 2006, p. 62 (com adaptações).

Considere a nota jornalística acima e a citação acadêmica seguinte e redija um texto de natureza jornalística acerca do tratamento que deve ser dado a um fato impactante como o real risco de contágio por um vírus em locais e momentos delicados, levando em conta que os valores que orientam a notícia, desde o prisma do jornalismo institucional, atendem prioritariamente ao interesse público e não ao interesse do público e que, para tanto, o caráter de serviço da informação deve prevalecer sobre aspectos sensacionais e extra-oficiais. Na sua redação, considere os seguintes aspectos:

- ▶ critérios de um jornalismo praticado por quem está a serviço de uma organização pública;
- ▶ primazia que compete ao interesse público, em se tratando de jornalismo institucional;
- ▶ um produto jornalístico institucional não encampa informações extra-oficiais, notadamente, quando dispõe de informações de fontes autorizadas.

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	

