

CONCURSO PÚBLICO

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR
INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO
E QUALIDADE INDUSTRIAL (INMETRO)

CADERNO DE PROVAS PARTE II

PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS
PROVA DISCURSIVA

CARGO

3

ANALISTA EXECUTIVO EM
METROLOGIA E QUALIDADE

ÁREA:

COMUNICAÇÃO SOCIAL/JORNALISMO

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 capa de seu **caderno de texto definitivo da prova discursiva**. Confira também o seu nome e o nome do 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:

O som aniquila a grande beleza do silêncio.

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

Os elementos do processo comunicativo são o comunicador, a mensagem, o canal, o receptor, as fontes e os efeitos da comunicação.

Felipe Pena. *Teoria da comunicação: conceitos, mídias e profissões*. Rio de Janeiro, 2005, p. 17.

A respeito do tema tratado no fragmento de texto acima, julgue os itens a seguir, que se referem a fundamentos teóricos da comunicação.

- 41 Do ponto de vista da história das teorias e dos modelos de comunicação, os elementos do processo comunicativo citados foram sistematizados por Harold Lasswell, no chamado modelo de Lasswell, proposto na década de 40.
- 42 As primeiras abordagens teóricas acerca da relação entre modelos comunicativos e teorias da comunicação, no contexto da primeira metade do século XX, priorizaram os modelos comunicativos, a exemplo da teoria hipodérmica (modelo estímulo-resposta) e da teoria matemática da comunicação (modelo de Shannon e Weaver).
- 43 Com relação ao papel do comunicador, destaca-se a abordagem dos efeitos limitados, também chamada de abordagem empírica de campo, segundo a qual os líderes de opinião são considerados típicos comunicadores de massa.
- 44 Relativamente ao papel da mensagem no processo comunicativo, a principal perspectiva analítica, integrante da teoria crítica, é o modelo semiótico informacional, que prioriza os efeitos cognitivos no planejamento da codificação da mensagem.
- 45 A principal vertente teórica acerca da relevância do canal nos processos comunicativos faz parte do chamado *gatekeeping*, que aborda como esses canais de informação são selecionados de acordo com o tipo de mensagem, o perfil do público e os efeitos pretendidos com a mensagem.
- 46 O receptor é o elemento de maior destaque na hipótese da espiral do silêncio, uma vez que essa vertente foi a primeira a chamar atenção para o papel do receptor no processo comunicativo operado por mídias de grande alcance de público.
- 47 As fontes de informação são estudadas pela hipótese do *agenda-setting* (agendamento), segundo a qual são as fontes que conduzem a agenda da mídia na atualidade, dado que toda informação fidedigna depende de uma fonte segura e confiável.
- 48 No campo dos estudos dos efeitos da comunicação na atualidade, destaca-se a chamada teoria da cauda longa (*the long tail theory*), que analisa como as mensagens da mídia se propagam na sociedade.
- 49 As funções da comunicação foram omitidas pelo fragmento de texto em apreço porque esse elemento não faz parte do processo comunicativo em si, mas dos impactos sociopolíticos, econômicos e culturais dos sistemas de comunicação na sociedade, incluindo as disfunções, a exemplo da chamada disfunção narcotizante.
- 50 No campo das teorias do jornalismo, todos os elementos do processo comunicativo mencionados no fragmento de texto em questão são explicados pela perspectiva do *newsmaking*.

No pensamento político moderno, a noção de massa apareceu difusamente de início, para depois cristalizar-se em conceito, no sentido de designar pura e simplesmente a parcela majoritária da população. Contrapõe-se, assim, às noções de elite e público.

Gabriel Cohn. *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1993, p. 29.

A respeito do tema objeto do fragmento de texto acima e dos fundamentos sociológicos da comunicação, julgue os itens seguintes.

- 51 O termo massa é utilizado como expressão de manifestações de cultura e de comunicação que extrapolam as fronteiras das noções de elite e de público, no sentido de mensagens facilmente acessíveis à população em geral.
- 52 Historicamente, o conceito de indústria cultural desenvolvido no âmbito da escola de Frankfurt, por Adorno e Horkheimer, é posterior ao de cultura de massas e se contrapõe ao pressuposto norte-americano de cultura democrática.
- 53 A respeito da relação entre massa e público, no campo dos estudos empíricos destaca-se a escola de Chicago, que emergiu nas primeiras décadas do século XX, sob a liderança intelectual de Robert Park e Ernest Watson Burgess. Ambos usaram material de imprensa para estudar problemas urbanos, tais como as consequências da imigração da sociedade norte-americana e a dinâmica entre periferia e áreas centrais.
- 54 A economia política da comunicação desenvolveu-se a partir dos anos 60, com o respaldo da teoria da dependência. Um dos focos dos estudos embasados por essa perspectiva analítica foi a crítica ao imperialismo cultural. Segundo essa visão, as indústrias culturais passaram a ser vistas como agentes do capital a serviço da dependência cultural.
- 55 Na perspectiva pós-moderna das culturas híbridas, a cultura de massas criou uma identidade cultural uniforme, homogênea e globalizada, em escala planetária. Assim, os conceitos de classe social, públicos segmentados e elites culturais foram completamente superados. Nessa nova concepção, prevalece a noção de comunidades virtuais, as quais assumiram o papel de elites culturais na pós-modernidade.
- 56 Os estudos acerca de *cibercultura* apresentam diversas visões a respeito do caráter democratizante das tecnologias de comunicação e de informação. Nessa pluralidade, destacam-se aqueles que ressaltam a democracia virtual e os que apontam as tecnologias como uma força a favor do capitalismo, em seu estágio informacional.
- 57 Foi no bojo dos estudos culturais, herdeiros das escolas de sociologia alemã, na década passada, que surgiram conceitos tecnológicos fundamentais para a compreensão da cultura virtual, como interatividade, sociedade em rede, capitalismo informacional, esfera pública virtual, tecnologias da inteligência e colaboração criativa.

Com relação à ética e à legislação no jornalismo, julgue os itens subsequentes.

- 58 O Código de Ética dos Jornalistas Profissionais estabelece critérios deontológicos para a prática e o exercício profissional de acordo com critérios recomendados pela Organização Internacional dos Jornalistas e expostos na Convenção de Budapeste.
- 59 A aplicabilidade da Lei de Imprensa brasileira, de 1967, foi questionada recentemente devido a divergências entre dispositivos da lei e o Código de Ética dos Jornalistas Profissionais e o Código de Radiodifusão.
- 60 Com a decisão do Supremo Tribunal Federal, no final de abril de 2009, de acatar os questionamentos em relação à aplicabilidade da Lei de Imprensa, passaram a valer, nos casos de calúnia, injúria e difamação, os dispositivos em vigor estabelecidos pelo Código Penal, pelo Código Civil e pela Constituição Federal de 1988.
- 61 Nova lei de imprensa só pode ser instituída por meio de proposta de emenda à Constituição Federal, com anuência prévia do Supremo Tribunal Federal e posterior sanção do presidente da República.
- 62 No Brasil, a Lei de Imprensa de 1967 nunca se aplicou aos jornalistas que atuam em rádio e Internet, profissionais que são regidos exclusivamente pela Constituição Federal de 1988, desde seu advento.

Com relação às técnicas de redação, produção e edição para *webjornalismo*, julgue os itens que se seguem.

- 63 No jornalismo digital, no jornalismo *online* e no *webjornalismo*, o uso de textos com estrutura em blocos é considerado fator que favorece a leitura e a compreensão do leitor.
- 64 A perenidade ou memória, que é a capacidade de armazenamento de informações, torna-se uma das vantagens do jornalismo *online* em relação ao jornalismo impresso convencional.
- 65 Chama-se diagramação lincada o recurso que permite a ligação visual entre palavras do texto e elementos gráficos, como fotos e textos explicativos (boxe).
- 66 A colocação de texto da mídia em papel (jornal ou revista) na Internet sem modificação é denominada transposição pura.
- 67 As agências de notícia *online*, que oferecem informação em tempo real, não seguem os princípios e as regras do jornalismo digital, uma vez que publicam apenas material bruto, sem tratamento jornalístico.

Vida de Susan Boyle vai virar filme

Desde que a apresentação de Susan Boyle no programa de talentos Britain's Got Talent, do Reino Unido, foi parar no YouTube, as histórias — falsas e verdadeiras — sobre ela não param de pipocar na Internet. Susan, que afirmou jamais ter sido beijada, teria recebido um convite para fazer filme de tema adulto (pornô) e, agora, segundo o jornal **Daily Telegraph**, terá sua vida transformada em filme.

De acordo com o jornal, o filme sobre a vida de Susan seria produzido por Simon Cowell, um dos jurados do programa e criador do formato do American Idol. Ele, que já foi empresário das Spice Girls, também estaria negociando detalhes com relação à produção de um disco. “Simon quer que o filme gire em torno do Britain's Got Talent em vez da vida de Susan, e siga o sonho dela de entrar no programa e depois, claro, ela teria de ganhar”, disse uma fonte.

Nascida em Blackburn, na Escócia, Susan, que tem 47 anos, surpreendeu os jurados do programa ao cantar **I Dreamed a Dream**, do musical **Les Misérables**. Dias depois, sua apresentação foi parar na Internet e, segundo o jornal **The Sun**, o vídeo já foi visto mais de 100 milhões de vezes no Youtube.

O sucesso de Susan foi atribuído em parte à atriz Demi Moore. Depois de assistir ao desempenho de Susan na TV, Ashton Kutcher, marido da atriz, teria escrito no Twitter: a cena fez a minha noite. E a atriz respondeu: Você viu que fui às lágrimas. Essa conversa virtual, de acordo com o **Daily Telegraph**, teria contribuído para o sucesso de Susan na Internet. Demi Moore estaria sendo contatada para interpretar a cantora no filme.

Internet: <www.veja.abril.com.br> (com adaptações).

Com base no texto reproduzido acima, julgue os itens a seguir, relativos às técnicas de redação e edição jornalísticas.

- 68 No trecho em questão, o principal foco de atenção do lide da matéria é o interesse da atriz Demi Moore pela personagem do texto, Susan Boyle.
- 69 O texto enquadra-se no estilo noticioso denominado jornalismo de serviços ou de utilidade pública, ou seja, notícias de elevado apelo utilitário para o público, mas de pouca consistência do ponto de vista de apuração e investigação jornalísticas.
- 70 A matéria chama atenção pela linguagem informal e coloquial, uma das características do jornalismo de entretenimento. Esse tipo de informação admite linguagem informal, coloquialismos e gírias, como as expressões “vai virar filme”, no título, e “não param de pipocar na Internet”, no início do texto.
- 71 O critério de noticiabilidade, predominante no caso da publicação desse texto, embasa-se nos aspectos inusitados, curiosos e pitorescos da notícia.
- 72 O texto em questão pode ser corretamente classificado como reportagem de ação, a qual se caracteriza por um relato movimentado, que começa sempre pelo aspecto mais atraente, para depois apresentar os detalhes. Nele percebe-se nitidamente que o repórter participa da ação e deixa de ser um mero observador. O testemunho do repórter, portanto, nesse caso, confere credibilidade e maior realismo à ação.
- 73 O texto em questão apresenta características marcantes de reportagem documental, pois segue um esquema cronológico de apresentação dos fatos, ao contrário do esquema da pirâmide invertida, em que os fatos são dispostos por ordem de importância.

Quanto às técnicas de radiojornalismo e telejornalismo, julgue os seguintes itens.

74 O texto do lide na notícia para rádio deve ser dinâmico, o que requer fragmentação. Assim, é correto, no exemplo abaixo, dividir a informação do lide a fim de atender a esse princípio

Locutor 1: Lançada a Frente Popular no Rio de Janeiro;

Locutor 2: É a coligação dos partidos de esquerda em defesa da ecologia.

75 No telejornalismo, a superficialidade é uma característica positiva, pois a instantaneidade da notícia faz que o texto seja escrito de forma simples, linear, objetiva e concisa. Essa superficialidade é necessária e adequada ao padrão televisivo.

A assessoria de imprensa tem como função principal estabelecer e manter contato com os jornalistas, controlar e analisar a informação veiculada e recolher o que vai sendo publicado. Entre outras, suas atividades específicas incluem a preparação de sínteses referentes à instituição e sua história, a seus objetivos, sua política de desenvolvimento, estrutura organizacional, posição que ocupa em seu setor. Deve a assessoria de imprensa dispor de relatórios, publicações e outros dados relevantes para os jornalistas. A esta cabe ainda organizar os diversos arquivos de imprensa e participar na elaboração de estratégias de comunicação da organização em todos os níveis em que opera.

Ana V. Moutinho e Jorge P. Sousa. *Assessoria de imprensa na Europa*. In: Jorge Duarte (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia*. São Paulo: Atlas, 2002, p. 69 (com adaptações).

Tomando o texto acima como referência inicial, julgue os próximos itens, relativos a comunicação organizacional, assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia.

76 A gestão do relacionamento com a mídia é uma das principais funções de uma assessoria de imprensa, mas não é a única função relevante.

77 Aos profissionais de assessoria de imprensa cabe, entre outras atribuições, a tarefa de sistematizar e emitir informação para jornalistas externos à organização.

78 Os relatórios e publicações institucionais devem ser distribuídos como brindes aos jornalistas por ocasião de eventos promocionais e festivos.

79 Atualmente, os comunicados de imprensa são distribuídos exclusivamente por *e-mail* para jornalistas previamente cadastrados.

80 Profissionais de relações públicas e de comunicação organizacional são considerados tecnicamente habilitados para a elaboração e gestão de estratégias de comunicação organizacional.

Pesquisas são instrumentos de comunicação usados para elaborar diagnósticos, para proceder ao levantamento do perfil e da opinião de determinados públicos, para dar fundamento às análises de clima e de cultura organizacional, para conhecer o pensamento de determinado mercado, para testar hipóteses. Para mensurar ou interpretar dados por meio de pesquisa, é preciso determinar corretamente fatores como o método escolhido, a representatividade da amostra e as variáveis que se quer considerar. Acerca desse assunto, julgue os itens a seguir.

81 Pesquisas voltadas às perspectivas de determinados públicos a respeito de certos assuntos ou entidades são consideradas qualitativas.

82 A pesquisa de imagem busca conhecer como uma instituição é percebida por determinado público.

83 Os métodos qualitativo e quantitativo excluem-se um ao outro.

84 A pesquisa de mercado é aplicada para se obter informações específicas acerca de um mercado.

85 Perguntas fechadas e entrevistas em profundidade são características do método quantitativo.

Mídias sociais são ferramentas de comunicação *online* que dão suporte à interação e ao compartilhamento de informações entre indivíduos. Constituem redes sociais na medida em que o conteúdo construído, discutido e alimentado pelos internautas cria um modelo de envolvimento e de relacionamento entre as pessoas. Fóruns, *blogs* e *sítios* são exemplos dessas mídias. A respeito desse assunto, julgue os seguintes itens.

86 Textos, gráficos, vídeos e fotografias são conteúdos de compartilhamento.

87 O monitoramento das mídias sociais é, ao mesmo tempo, um instrumento de suporte à avaliação do impacto de produtos e um instrumento de controle e manipulação de opiniões.

88 As mídias sociais são instrumentos de *marketing* direto.

O planejamento de um evento, seja ele de natureza social, política ou técnica, deve prever todas as etapas que contribuam para sua eficiência e eficácia. Acerca das etapas desse planejamento, julgue os itens que se seguem.

89 É possível realizar bem qualquer evento sem que haja muitos recursos financeiros disponíveis, desde que seus organizadores usem sua criatividade e experiência.

90 Um plano de evento completo contém a apresentação do objetivo e da justificativa do plano, do nome, da data, da hora e do local do evento; a descrição dos recursos (humanos, materiais e financeiros), dos patrocínios, dos apoios e do modo de divulgação.

91 Uma audiência pública é considerada um evento.

Em uma instituição, o planejamento ocorre em três níveis: estratégico, tático e operacional. O estratégico é de longo prazo, tem maior impacto e refere-se às decisões da instituição. O tático é de médio prazo e busca resposta a questões imediatas. O operacional cuida da documentação escrita e da normalização dos processos. A partir dessas informações, julgue os próximos itens.

92 O profissional de comunicação, por suas habilidades e competências, pode inserir-se nos três níveis de planejamento de uma instituição.

93 Durante o gerenciamento de uma crise, quando o profissional de comunicação propõe a elaboração e a distribuição de uma declaração oficial da instituição, pode-se dizer que ele atua no nível operacional.

94 Jornalistas trabalham o factual, portanto, não é sua atribuição participar da elaboração do planejamento da instituição, uma vez que planejamentos são prospecções.

Não há consenso sobre o que seja reputação corporativa, conceito surgido no início da década passada. A reputação corporativa tem sido atrelada ao desempenho, à confiança e às expectativas de *stakeholders*. Além disso, ela é vista por alguns autores como um ativo intangível das instituições. Com relação a esse assunto, julgue os itens subsequentes.

95 Considerando-se que o desempenho institucional é um fator importante para a reputação corporativa, é desejável monitorar esse desempenho por meio de instrumentos como as pesquisas.

96 Imagem, identidade e reputação são conceitos complementares, e não sinônimos.

97 O conceito de reputação corporativa como um ativo intangível, ou seja, como um capital em circulação, contempla apenas expectativas comerciais.

98 Não se pode afirmar que uma instituição que mantém sua confiabilidade e sua credibilidade durante uma crise goze de boa reputação.

A comunicação dirigida é um importante instrumento voltado ao público interno das instituições. Por meio de ações e meios específicos, transmite e recebe mensagens a esse público, fazendo uso de tecnologias ou de técnicas tradicionais de aproximação.

Julgue os itens a seguir, acerca da comunicação dirigida.

99 Uma campanha no rodapé do contracheque do servidor é um instrumento de comunicação dirigida, mas não permite interatividade.

100 Campanhas de economia de energia ou de uso da água no ambiente de trabalho são consideradas instrumentos de publicidade, mas não de comunicação dirigida.

101 O *Fale Conosco* externo de uma instituição serve como termômetro de expectativas e permite avaliar o grau de satisfação do público em relação a essa instituição, o que o torna um canal de interatividade.

A respeito do *marketing* de relacionamento, que desenvolve estratégias para construir e sustentar uma infraestrutura de integração entre as instituições e seus públicos, julgue os seguintes itens.

102 *Marketing* de relacionamento inclui interesse e comprometimento, embora essas também sejam atitudes esperadas no *marketing* tradicional.

103 A expectativa dos públicos com relação a serviços, produtos e posicionamentos da instituição deve ser levada em consideração na elaboração das estratégias de *marketing* de relacionamento.

104 Excluem-se das atribuições do *marketing* de relacionamento a captação e a fidelização de públicos, porque essas são atribuições do *marketing* comercial, que envolve clientela e comercialização.

Conforme o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, o profissional dessa área deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações. Além disso, tal documento estabelece que ao profissional dessa área é vedado disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis. Com base nessas informações e no que prescreve o referido código, julgue os próximos itens.

105 Infere-se, do estabelecido no código citado, que as informações de livre circulação devem ser aquelas pautadas em verdades comprovadas.

106 Do ponto de vista da ética, é suficiente que o profissional de relações públicas, ao fazer circular uma informação, cheque a veracidade desta com a respectiva fonte.

107 É permitido aos profissionais de relações públicas estruturar e coordenar serviços do tipo 0800.

A interatividade, que permite aos usuários de um serviço exercerem influência sobre o seu conteúdo ou a sua forma, é uma das inovações trazidas pelas novas tecnologias de informação e de comunicação. No entanto, junto com esse avanço, há um grande desafio: reduzir a exclusão digital. Relativamente a esse assunto, julgue os itens que se seguem.

108 A exclusão digital impede que pessoas das camadas sociais sem acesso às modernas tecnologias se insiram no processo de monitoramento da informação nesse meio.

109 Garantir acesso à compra de computadores e à Internet é a solução para a questão da exclusão digital.

110 O funcionamento pleno da TV digital permitirá ao usuário escolher a que programas assistir e em que horário.

Com relação ao atual quadro geopolítico global, julgue os itens de **111** a **115**.

111 Passa-se, nas relações internacionais do início do século XXI, por momento unipolar, sem contestação à ordem ocidental-norte-americana.

112 As novas plataformas de negociação internacional elevaram o estatuto de determinado grupo de países do Sul, que, nas relações internacionais, começam a contribuir para a construção de regras e conceitos.

113 A elevação do poder econômico e político da China, no contexto do capitalismo asiático, é uma alteração relevante no sistema geopolítico global no início do século atual.

114 A América do Sul, mesmo sendo região sem capacidade estratégica, está fadada a ocupar papel central no tema da disseminação nuclear.

115 A elevação do poder estratégico de países como a Coreia do Norte ocorre sem reações importantes do clube atômico.

A respeito da conjuntura econômica global da atualidade, julgue os próximos itens.

116 A crise financeira, transpassada para crise econômica mais abrangente, atingiu todos os Estados e economias nacionais de maneira semelhante.

117 O irrelevante crescimento europeu, nos últimos anos, agravou-se com a explosão da crise imobiliária norte-americana e suas reverberações no sistema financeiro e produtivo europeu.

118 Países emergentes, como Brasil e China, vêm explorando possibilidades que se abrem no centro do capitalismo para avançar posições na economia global e nos temas decisórios atinentes à reconstrução da agenda mundial.

119 A América Latina foi atingida pela crise econômica em todos os seus aspectos, mas o México é exceção, uma vez que apresenta índices de crescimento positivos.

120 O continente africano mantém o nível de crescimento econômico que vinha apresentando antes da crise do capitalismo, porque permaneceu imune aos seus efeitos.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova, faça o que se pede, usando os espaços para rascunho indicados no presente caderno. Em seguida, transcreva o texto para o **CADERNO DE TEXTO DEFINITIVO DA PROVA DISCURSIVA**, nos locais apropriados, pois **não serão avaliados fragmentos de texto escritos em locais indevidos**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de **sessenta** linhas será desconsiderado.
- No **caderno 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.

As organizações e os grupos mantêm-se enquanto os seus membros cooperam e se comunicam para atingir os objetivos dessas organizações ou grupos. Entretanto, esses grupos e organizações estão em constante evolução, acompanhando a contínua reorganização e reorientação dos seus membros.

Uma organização não é um sistema isolado. Tem de se comunicar com o exterior para sobreviver. Mas a sobrevivência da organização também depende da capacidade que ela demonstra de fazer que as pessoas se comuniquem eficientemente dentro dela própria.

Jorge Pedro Sousa. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006, p. 35 (com adaptações).

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

A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL CONTEMPORÂNEO

Ao elaborar seu texto, discorra, necessariamente, a respeito:

- ▶ dos aspectos técnicos, profissionais e tecnológicos (formação acadêmica, especialização, atualização continuada, competências específicas, rotinas de produção, criatividade e o uso de ferramentas e recursos tecnológicos);
- ▶ da gestão da comunicação integrada e do relacionamento com a mídia e as demais instituições da sociedade;
- ▶ da gestão da comunicação interna e do relacionamento com os públicos internos da instituição;
- ▶ do planejamento estratégico de comunicação e dos mecanismos de avaliação de resultados;
- ▶ dos aspectos éticos que devem orientar a conduta e a postura profissional.

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	

31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	

