



## Concurso Público

## Nível Superior

# Cargo 24: Técnico em Comunicação Social

Caderno de  
Provas Objetivas

Aplicação: 21/3/2004

# MANHÃ

**CESPE**  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
Criando Oportunidades para Realizar Sonhos

### LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Ao receber este caderno, confira se ele contém cento e vinte itens, correspondentes às provas objetivas, corretamente ordenados de 1 a 120.
- 2 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 3 Recomenda-se não marcar ao acaso: a cada item cuja resposta diverja do gabarito oficial definitivo, além de não marcar ponto, o candidato perde 1,00 ponto, conforme consta no Edital n.º 1/2004 – SEAD/SESPA, de 7/1/2004.
- 4 Não utilize nenhum material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE.
- 5 Durante as provas, não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do chefe de sala.
- 6 A duração das provas é de três horas, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas — e ao preenchimento da folha de respostas.
- 7 Ao terminar as provas, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe a sua folha de respostas e deixe o local de provas.
- 8 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno, na folha de rascunho ou na folha de respostas poderá implicar a anulação das suas provas.

#### AGENDA

- I 22/3/2004 – Divulgação, a partir das 10 h, dos gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, na Internet — no sítio <http://www.cespe.unb.br> — e nos quadros de avisos do CESPE/UnB, em Brasília.
- II 23 e 24/3/2004 – Recebimento de recursos contra os gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas, exclusivamente no local e no horário que serão informados na divulgação desses gabaritos.
- III 19/4/2004 – Data provável da divulgação (após a apreciação de eventuais recursos), no Diário Oficial do Estado do Pará e nos locais mencionados no item I, do resultado final das provas objetivas e da convocação para a avaliação de títulos.

#### OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido no item 11 do Edital n.º 1/2004 – SEAD/SESPA, de 7/1/2004.
- Informações relativas ao concurso poderão ser obtidas pelos telefones 0(XX) 91 4004 2525 e 0(XX) 61 448 0100 ou pela Internet, no sítio <http://www.cespe.unb.br>.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

De acordo com o comando a que cada um dos itens de 1 a 120 se refira, marque, na **folha de respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenadas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a folha de rascunho e, posteriormente, a **folha de respostas**, que é o único documento válido para a correção das suas provas.

## PARTE I – CONHECIMENTOS BÁSICOS

### Lição de sabedoria

Um cientista muito preocupado com os problemas do mundo passava dias em seu laboratório, tentando encontrar meios de minorá-los.

Certo dia, seu filho de 7 anos de idade invadiu o seu santuário decidido a ajudá-lo.

O cientista, nervoso pela interrupção, tentou fazer o filho brincar em outro lugar. Vendo que seria impossível, procurou algo que pudesse distrair a criança. De repente, deparou-se com o mapa do mundo. Estava ali o que procurava. Recortou o mapa em vários pedaços e, junto com um rolo de fita adesiva, entregou ao filho dizendo:

— Você gosta de quebra-cabeça? Então vou lhe dar o mundo para consertar. Aqui está ele todo quebrado. Veja se consegue consertá-lo bem direitinho. Mas faça tudo sozinho.

Pelos seus cálculos, a criança levaria dias para recompor o mapa. Passadas algumas horas, ouviu o filho chamando-o calmamente. A princípio, o pai não deu crédito às palavras do filho. Seria impossível na sua idade conseguir recompor um mapa que jamais havia visto.

Relutante, o cientista levantou os olhos de suas anotações, certo de que veria um trabalho digno de uma criança. Para sua surpresa, o mapa estava completo. Todos os pedaços haviam sido colocados nos devidos lugares. Como seria possível? Como o menino havia sido capaz?

— Você não sabia como era o mundo, meu filho, como conseguiu?

— Pai, eu não sabia como era o mundo, mas, quando você tirou o papel da revista para recortar, eu vi que do outro lado havia a figura de um homem. Quando você me deu o mundo para consertar, eu tentei, mas não consegui. Foi aí que me lembrei do homem, virei os recortes e comecei a consertar o homem que eu sabia como era. Quando consegui consertar o homem, virei a folha e vi que havia consertado o mundo!

Autor anônimo. Mensagem que circulou por e-mail em fev./2004 (com adaptações).

Julgue os itens subseqüentes, quanto às idéias, à tipologia textual e à grafia do texto **Lição de sabedoria**.

- 1 O título justifica-se porque, em função dos fatos narrados, depreende-se que o mundo só estará concertado quando houver harmonia entre os homens.
- 2 O texto, predominantemente descritivo, conta o espanto de um homem diante da esperteza de seu filho.
- 3 Os vocábulos “laboratório”, “santuário” e “vários” estão escritos com acento agudo porque são palavras paroxítonas terminadas em ditongo.
- 4 O pai, científico, tomando consciência da impossibilidade de o filho removê-lo de seu intento de pesquisador, buscou alguma tarefa que pudesse fazer a criança partilhar de suas atividades narrativas.
- 5 O cientista, relutante ao erguer os olhos de suas anotações, certamente julgando que encontraria um trabalho infantil, admirado constatou que o mapa-múndi estava completo e que os pedaços tinham sido postos em seus devidos lugares.

Julgue o emprego do sinal indicativo de crase nos itens que se seguem.

- 6 A busca de soluções capazes de propiciar à humanidade a solução de seus problemas é o intuito maior de qualquer indivíduo que se dedique à pesquisa científica.
- 7 Aspirava à participar das atividades científicas do pai àquela criança esperta.
- 8 Ao constatar que, analisando à contraface da folha, existiam as partes da figura humana à mostra, a criança conseguiu desvendar à incógnita do desconcerto do mundo.

### Substantivo *versus* adjetivo

1 Além das denúncias de tráfico de influência,  
lavagem de dólares, prevaricação, sonegação de impostos,  
nepotismo, fisiologismo e clientelismo político, outro tema  
4 que se encontra no centro das discussões éticas e políticas no  
país é o papel da imprensa.

Acusam, do lado de lá, a imprensa, entre outras  
7 coisas, de sensacionalista, injusta, partidária, tendenciosa,  
integrante do ficcional sindicato do golpe ou daqueles  
segmentos interessados em destruir as instituições, como a  
10 presidência da República.

Para melhor avaliar o que ocorre hoje nessa relação  
entre imprensa e governo, os jornalistas, cientistas políticos,  
13 sociólogos e historiadores de amanhã terão mais isenção e  
muito o que pesquisar. Hoje, estamos todos envolvidos como  
profissionais, como cidadãos.

O senso profissional do jornalista mistura-se com  
sentimentos difusos de patriotismo, ódio, raiva, impotência,  
esperança, descrença. O momento apresenta um quadro rico  
19 em detalhes carregados de tensão. O conflito manifesta uma  
semântica, mediante a qual se tenta conquistar a opinião  
pública.

Os acusados, alvos de denúncias substantivas,  
partem para o contra-ataque, na tentativa de atingir seus  
acusadores com frases adjetivas. De preferência,  
25 desabonadoras. A tática não é nova. Quando Nero procurou  
alguém para responsabilizar pelo incêndio de Roma, não  
titubeou. Escolheu os cristãos, vistos pelo imperador e sua  
28 corte como inimigos políticos. Para preservar a instituição  
romana e a si próprio, Nero transferiu sua loucura para o  
suposto ato dos cristãos.

Sempre se pode colher na história entre dominados  
e dominadores, governantes e súditos, situação e oposição,  
instituição pública governamental e imprensa, entre outras  
34 divisões maniqueístas, condutas assemelhadas. Na defensiva,  
quem tem o poder procura, diante de acusações substantivas,  
desqualificar os inimigos com adjetivos.

Na revelação da divergência, do conflito e da ira  
pela palavra, procura-se esconder o que mais se manifesta na  
realidade do discurso: a verdade. Aí, a imprensa apresenta-se  
40 como veículo mais eficaz para distribuir as informações e as  
interpretações factuais. Sem os jornais independentes, há o  
discurso político surdo. Uma contradição que nega a essência  
43 e a natureza política, ou seja, o caráter público.

Com erros, até grandes, é a imprensa o canal mais  
eficiente para revelar as verdades que se escondem em tantos  
46 discursos, cenas de TV, papéis burocráticos, atos  
simbolicamente autoritários e totalitários. A imprensa, ao  
contrário do discurso político, em que predomina a locução  
49 adjetiva, tem por fundamento a revelação substantiva do  
cotidiano.

Marcel Cheida. *In: Folha de S. Paulo*, 26/7/1992 (com adaptações).

A partir das idéias e da tipologia do texto I, julgue os itens seguintes.

- 9 O primeiro parágrafo delimita, em um enfoque ético, o assunto tratado no texto: a discussão do papel social da imprensa.
- 10 Os parágrafos segundo, terceiro e quarto apresentam os seguintes desdobramentos do problema, respectivamente: a interpretação dos que detêm o poder, “do lado de lá” (l.6); a visão dos intelectuais, entre eles o autor, e a compreensão dos fatos pelo lado dos profissionais de imprensa.
- 11 O posicionamento do autor é reforçado no quinto parágrafo, pela retomada da dicotomia apresentada no título, exemplificada com dados colhidos da História.
- 12 O último período do texto expõe, recuperando as expressões “locução adjetiva” e “revelação substantiva”, conclusões acerca do assunto anteriormente delimitado.
- 13 Pelo encadeamento das idéias na construção textual, constata-se que a matéria é apresentada sob a forma de uma argumentação.

Com referência à grafia e à acentuação das palavras do texto I, julgue os itens a seguir.

- 14 Agrupando-se algumas palavras das linhas 1 e 2 em função das regras pelas quais elas são acentuadas, formam-se dois grupos: a) “denúncias” e “influência”; b) “tráfico” e “dólares”.
- 15 A vogal “i”, nas palavras “país” (l.5) e “maniqueístas” (l.34), é acentuada porque está na sílaba tônica, formando um hiato com a vogal anterior.
- 16 O vocábulo “senso” (l.16) admite, sem que ocorra mudança de sentido, a grafia com a inicial “c”, como na expressão **censo populacional**.
- 17 A escrita de “contra-ataque” (l.23) poderia ser feita sem hífen, por analogia com “contradição” (l.42), sem que se incorresse em erro de grafia.
- 18 O vocábulo “cotidiano” (l.50) aceita também a grafia **quotidiano**, devido à etimologia da palavra.

Julgue os itens seguintes, referentes ao emprego das classes de palavras e à sintaxe da oração e do período no texto I.

- 19 Na linha 7, os adjetivos “sensacionalista”, “injusta”, “partidária” e “tendenciosa” referem-se à imprensa televisiva exclusivamente, a quem é atribuído também o epíteto de “sindicato do golpe” (l.8).
- 20 O período “O senso profissional do jornalista mistura-se com sentimentos difusos de patriotismo, ódio, raiva, impotência, esperança, descrença.” (l.16-18) classifica-se como composto por coordenação.
- 21 Ligam-se sintaticamente a “sentimentos difusos” (l.17) os seguintes substantivos abstratos: “patriotismo”, “ódio”, “raiva”, “impotência”, “esperança” e “descrença”.
- 22 O conector “Quando” (l.25) e o advérbio “Sempre” (l.31) atribuem circunstância de tempo ao contexto em que estão empregados.
- 23 No período “Para preservar a instituição romana e a si próprio, Nero transferiu sua loucura para o suposto ato dos cristãos.” (l.28-30), as palavras sublinhadas expressam circunstâncias adverbiais de finalidade.

Julgue a concordância, a regência e a pontuação, além da manutenção do sentido dos parágrafos sexto e sétimo do texto I, nas reescrituras apresentadas nos itens a seguir.

- 24 Sempre pode-se retirar da história aspectos semelhantes em divisões maniqueístas, como nas condutas entre si de dominados e dominadores, governantes e súditos, situação e oposição, instituição pública governamental e imprensa.
- 25 Quem tem a defensiva do poder, procura diante de acusações da substância, desqualificar os inimigos com adjetivos periféricos.
- 26 Revela-se à divergência da ira à palavra, por intermédio do conflito, e procura-se, pela verdade, ocultar o que mais se manifesta no discurso: a realidade.
- 27 A imprensa é apresentada, no e ao poder, como o veículo mais eficiente à distribuição das comunicações e às interpretações dos fatos.
- 28 Existe o discurso político surdo, além da contradição negadora da essência natural e política da coisa pública, sempre que os jornais apregoam os fatos, com independências.

Com base nos princípios de redação e correspondência oficiais, julgue os itens a seguir, relativos ao texto I.

- 29 O quinto parágrafo, da forma como se encontra no texto, grafada entre aspas e indicando a autoria, porém sem a indicação de parágrafo, comporta a transcrição para o corpo de uma **ata**.
- 30 O texto, citando a fonte de onde foi retirado, fará parte de um **relatório técnico**, desde que transcrito em folha **padrão ofício**.

No Brasil, as ações e os serviços públicos de saúde integram uma rede regionalizada e hierarquizada e constituem o Sistema Único de Saúde (SUS). Acerca desse sistema, julgue os itens que se seguem.

- 31 Os serviços de saúde privados podem participar do SUS em caráter complementar.
- 32 Compete ao SUS ordenar a formação de recursos na área de saúde.
- 33 Compete ao SUS coordenar a formulação da política de saneamento básico e a execução das ações nela previstas.
- 34 Cabem à direção estadual do SUS o estabelecimento de normas e a execução da vigilância sanitária de portos, aeroportos e fronteiras.
- 35 A Programação Pactuada Integrada (PPI) é um instrumento de gestão do SUS, elaborado pelo Ministério da Saúde e aprovado pelos conselhos municipais e estaduais de saúde.

Com referência à gestão financeira do SUS, julgue os itens a seguir.

- 36 Para receberem os recursos destinados à cobertura das ações e dos serviços de saúde, municípios, estados e Distrito Federal não precisam contar necessariamente com conselhos de saúde.
- 37 Os municípios habilitados em gestão plena da atenção básica ampliada estão também habilitados em gestão plena do sistema municipal.

38 O reembolso das despesas com atendimentos prestados por unidades públicas beneficiárias de planos privados de saúde constitui fonte adicional de recursos do SUS.

- 39 Os recursos de custeio da esfera federal destinados às ações e aos serviços de saúde configuram o teto de financiamento global, sendo o valor para cada estado e município definido com base na PPI e correspondente à soma dos tetos financeiros de assistência, vigilância sanitária, epidemiologia e controle de doenças.
- 40 Os valores financeiros transferidos a estados e municípios, referentes a pisos, tetos, frações e índices, bem como as suas revisões, devem ser negociados nas comissões intergestoras bi e tripartite e aprovados pelos respectivos conselhos de saúde.

A seguridade social compreende um conjunto integrado de ações de iniciativa dos poderes públicos e da sociedade destinado a assegurar o direito à saúde. Com respeito a essa rede de proteção social, julgue os itens que se seguem.

- 41 Um dos objetivos da seguridade social é a garantia de universalidade do atendimento de saúde.
- 42 Na legislação brasileira, as ações e os serviços de saúde não são considerados de relevância pública.
- 43 Segundo a Constituição Federal, as políticas econômicas devem garantir redução de riscos de agravos à saúde.

Considerando os Programas de Agentes Comunitários de Saúde e de Saúde da Família (PACS/PSF), julgue os itens subsequentes.

- 44 Os agentes comunitários de saúde devem ser técnicos de enfermagem treinados para desenvolver ações básicas de saúde.
- 45 As equipes de saúde da família têm de ser obrigatoriamente chefiadas por um profissional médico.
- 46 O PACS/PSF é uma estratégia de reformulação do modelo assistencial em saúde no Brasil.
- 47 Cinco ações básicas de atenção à saúde da criança apresentam comprovada eficácia: promoção do aleitamento materno, acompanhamento do crescimento e desenvolvimento, imunização, prevenção e controle de doenças diarreicas e de infecções respiratórias.
- 48 As unidades do PACS/PSF atendem, preferencialmente, a uma demanda populacional espontânea sem delimitação territorial.

A atenção humanizada à mulher, por ocasião do aborto, parto e puerpério, compreende um conjunto de conhecimentos, práticas e atitudes que visa à promoção do parto e nascimento saudáveis e à prevenção de morbi-mortalidade materna e perinatal. Acerca desse assunto, julgue os itens seguintes.

- 49 A hospitalização no momento do trabalho de parto tem sido, em grande parte, responsável pela queda da mortalidade materna e neonatal no Brasil.
- 50 O percentual de partos cesarianos no Brasil vem crescendo de forma alarmante, chegando a ser, em média, na rede do SUS, maior que o de partos normais.

## PARTE II – CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Os vários conceitos atribuídos à comunicação como processo social básico, segundo José Marques de Melo, dependem fundamentalmente de como cada disciplina do conhecimento percebe e aborda a realidade humana. Nesse contexto, julgue os itens seguintes.

- 51 O conceito etimológico relaciona comunicação e comunidade e refere-se à idéia de tornar algo comum aos membros de um grupo. Nesse caso, comunicar significa participar, compartilhar.
- 52 O conceito biológico entende a comunicação como necessária à sobrevivência e perpetuação da espécie. Nesse caso, comunicar significa decidir conjuntamente a melhor estratégia de sobrevivência.
- 53 O conceito psicológico, segundo a perspectiva da psicanálise, considera a comunicação como mecanismo modelador do comportamento humano. Aqui, comunicar significa responder a um estímulo.
- 54 O conceito antropológico enfoca a comunicação como meio de formação de cultura. Comunicar, aqui, significa produzir formas e conteúdos de significação comum.
- 55 O conceito sociológico define a comunicação como ato desencadeador da interação social. Nesse sentido, comunicar significa interagir mediante um código simbólico comum.

Uma maneira conveniente para descrever um ato de comunicação consiste em responder às seguintes perguntas:

Quem  
Diz o quê  
Em que canal  
Para quem  
Com que efeito?

O estudo científico do processo de comunicação tende a se concentrar em uma ou outra dessas questões.

Harold D. Lasswell. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*. In: Gabriel Cohn (Org.). 5.ª ed. *Comunicação e indústria cultural*, p. 105.

Com base no texto acima, julgue os itens que se seguem.

- 56 O estudo do “Quem” salienta a importância, para uma abordagem adequada do processo de comunicação, dos controles que os emissores exercem sobre as formas e os conteúdos comunicativos.
- 57 O estudo de “Diz o quê” aponta a relevância dos meios — de sua natureza, suas qualidades, suas possibilidades e seus limites técnicos — para um melhor entendimento do processo comunicativo.
- 58 O estudo de “Em que canal” destaca o papel das formas e dos conteúdos da comunicação na consecução dos objetivos dos emissores em relação aos seus públicos.
- 59 O estudo de “Para quem” e “Com que efeito” define o campo de interesse dos pesquisadores como o das conseqüências objetivamente averiguáveis da comunicação no nível dos receptores.
- 60 O modelo de Lasswell, que, durante muito tempo, foi paradigmático no pensamento teórico da área, corresponde a uma visão do processo comunicativo hoje superada, em função do advento de novas tecnologias de comunicação como a Internet.

De acordo com Mauro Wolf, no que diz respeito aos impactos da comunicação na sociedade, as tendências atuais da pesquisa sugerem um deslocamento de foco: os estudiosos têm-se ocupado menos dos efeitos a curto prazo — uma problemática restrita — e mais das conseqüências a longo prazo — questão ampla e complexa — da exposição das pessoas à mídia. Com respeito a essa premissa, julgue os itens a seguir.

- 61 Atualmente, os pesquisadores estão mais atentos aos modos como os destinatários das mensagens de um sistema midiático onipresente estruturam suas concepções da realidade social.
- 62 Uma diferença fundamental entre as tendências atuais e as anteriores é a busca, hoje, de uma abordagem abrangendo todo o sistema da mídia — com enfoque em determinadas áreas temáticas — em vez do estudo de casos individuais, sobretudo, de campanhas.
- 63 Um ponto comum entre as tendências atuais e as anteriores refere-se aos efeitos da comunicação caracterizados pela pesquisa, ainda concernentes aos valores, às atitudes e aos comportamentos dos receptores.
- 64 As tendências atuais acentuam o caráter processual da comunicação, com sua dinâmica interna ocupando o centro da análise, em detrimento das relações com outros processos de comunicação.
- 65 A ênfase das tendências atuais nos efeitos a longo prazo da exposição das pessoas à mídia não significa o abandono da tese acerca do grande poder que os meios exerceriam sobre os indivíduos.

A indústria cultural brasileira, da qual a televisão aberta é o carro-chefe, teve sua origem na afirmação do rádio como meio de comunicação de massa na década de 40 do século XX. No entanto, o seu crescimento manteve-se a reboque do desempenho global da economia do país, então semi-industrializada, de mercados regionalizados e restritos, ainda dependentes do setor agrário-exportador. Somente nos anos 60 e 70 do século XX, o desenvolvimentismo patrocinado pelos militares trouxe consigo o advento de um mercado nacional, integrado e relativamente auto-sustentado — embora desigual — de bens culturais, quando a TV, operando em rede graças ao recém-implantado sistema nacional de telecomunicações, adquiriu peso determinante.

Com relação ao tema abordado no texto acima, julgue os itens subsequentes.

- 66 A era de ouro do rádio brasileiro, possível graças ao investimento publicitário no setor — o maior entre os veículos da época —, terminou devido ao deslocamento crescente da verba de propaganda para a televisão.
- 67 O advento de um mercado nacional de bens simbólicos no Brasil beneficiou enormemente setores da produção cultural, como as indústrias editorial e fonográfica.
- 68 Na segunda metade da década de 60 do século XX, o estabelecimento da censura prévia pelos militares comprometeu o crescimento econômico da produção cultural.

**69** Por suas motivações geopolíticas, a integração nacional defendida pelo regime militar de 1964 pouco teve a ver com a integração nacional realizada pela televisão, eminentemente mercadológica.

**70** No Brasil, o suporte tecnológico que permite a operação em rede da radiodifusão foi resultado de investimentos privados coordenados pelo Estado.

Aprovado em congresso nacional dos jornalistas em setembro de 1985, no Rio de Janeiro, o Código de Ética do Jornalista é o texto normativo da profissão no Brasil, da atuação do jornalista nas suas relações com as fontes de informação, os colegas de profissão e a comunidade. Quanto ao conteúdo desse código e aos textos correlatos, julgue os seguintes itens.

**71** No código de ética, o art. 1.º dispõe que nenhum tipo de interesse pode impedir o acesso do jornalista à informação de natureza pública e privada.

**72** Tal como estabelecido no art. 7.º desse código, o compromisso do jornalista com a verdade dos fatos e sua correta divulgação está condicionado a princípios e fatores tratados em outras disposições do documento.

**73** Relativamente ao sigilo da fonte, o disposto no código de ética foi reproduzido em consonância com a Constituição Federal.

**74** Relativamente à responsabilidade pela informação divulgada — se do profissional ou da empresa em que trabalha —, o disposto no Código de Ética da Radiodifusão, de 1993, contraria a disposição contida no Código de Ética do Jornalista.

**75** No Código de Ética do Jornalista, não há qualquer menção às condições formais estabelecidas para o exercício da profissão de jornalista — objeto do Decreto n.º 83.284, de 1979.

Conseqüência paradoxal de políticas e legislações filosoficamente opostas — tanto de um passado de excessiva regulamentação quanto de um presente liberado pela desregulamentação —, a concentração da propriedade e do controle das comunicações no Brasil tem-se materializado em diferentes configurações. Combinadas ou não, tais formações são a expressão histórica de um poder que, simultaneamente, resiste e se adapta a transformações estruturais.

Acerca desses arranjos, julgue os itens a seguir.

**76** A concentração horizontal refere-se à monopolização ou oligopolização de um segmento ou serviço de comunicação. O caso exemplar de concentração horizontal na mídia brasileira é a televisão, aberta ou por assinatura.

**77** A concentração vertical diz respeito ao controle dividido por etapas distintas, da cadeia da produção à distribuição de formas e conteúdos comunicativos. Por exemplo, um grupo monopoliza a produção de telenovelas; outro, a sua comercialização; e um terceiro, a sua veiculação.

**78** A propriedade cruzada é a propriedade, por um mesmo grupo, de veículos, operadoras e provedores em diferentes segmentos ou serviços de comunicação — radiodifusão, TV por assinatura, mídia impressa, telefonia, Internet etc.

**79** O monopólio em cruz reproduz, regional e localmente, a monopolização característica da concentração horizontal da mídia.

**80** Grupos familiares, associados a elites políticas regionais e locais, têm sido historicamente os maiores beneficiários da concentração da propriedade e do controle das comunicações no Brasil.

Com o triunfo do grande, deixaram de existir os lugares que facilitavam a formação, por meio do diálogo, da opinião pública: em lugar da sala de reuniões, temos a televisão; os jornais tornaram-se empresas especulativas; as associações e os partidos são dirigidos por oligarquias; os espaços de formação da opinião pública não são autogovernados, mas administrados por potentes burocracias.

Nicola Matteuci. *Opinião pública*. In: Norberto Bobbio et al. 2.ª ed. *Dicionário de política*, p. 845.

Com base no texto acima, relativo às causas do desaparecimento da opinião pública, julgue os itens subseqüentes.

**81** O conceito de opinião pública subjacente ao argumento exposto no texto é aquele referente ao conjunto das opiniões dos participantes de um público.

**82** Nas sociedades contemporâneas, a opinião pública foi deslocada dos seus espaços tradicionais para as esferas eminentemente privadas das trocas interpessoais.

**83** Nas sociedades contemporâneas, a opinião pública pode ainda ser revelada por meio de pesquisas de opinião rigorosas e confiáveis.

**84** Nas sociedades contemporâneas, o desaparecimento da opinião pública deve-se também ao aumento do tamanho, e da complexidade, do espaço público.

**85** Se a mídia de massa, em função da sua configuração básica, contribuiu decisivamente para o desaparecimento da opinião pública, as novas tecnologias de comunicação poderão contribuir para a mudança desse quadro graças à natureza e pluralidade de suas configurações.

A publicidade tem progredido muito no Brasil, estando ligada ao progresso industrial. Ajuda a industrialização do país, que, por sua vez, a favorece. A publicidade serve para realizar tarefas de comunicação de massa com economia, velocidade e volume maiores que os obtidos por meio de quaisquer outros meios.

Armando Sant'Anna. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. 7.ª ed. São Paulo: Pioneira, 1998, p. 76 (com adaptações).

De acordo com o texto acima e considerando os avanços na publicidade moderna, bem como nas técnicas de *marketing*, julgue os itens seguintes.

**86** A publicidade é, sobretudo, um grande meio de comunicação com a massa. É uma técnica de comunicação de massa paga, com a finalidade de fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para anunciantes, vendendo produtos e serviços.

**87** Para uma campanha publicitária, nada importa o conhecimento da natureza humana. A publicidade nem sempre se utiliza dos fatores dinâmicos de conduta, ou seja, das necessidades que constituem as forças básicas que impelem as pessoas à ação.

**88** As mensagens publicitárias agem sobre os públicos, informando, argumentando e comparando tanto de forma lógica e racional quanto subjetiva e emocional.

**89** O *marketing* direto confunde-se com as técnicas de relações públicas na medida em que sua função é o estabelecimento e a manutenção de um fluxo de comunicação entre uma instituição ou empresa (pública ou privada) com todos os seus públicos de relacionamento — consumidores e fornecedores de opinião pública, veículos de comunicação e comunidade em geral.

**90** Para ser bem-sucedida, a campanha publicitária deve ser criativa e bem feita, não importando os veículos escolhidos para a sua divulgação.

Julgue os itens a seguir, referentes a *marketing* institucional.

- 91** Órgãos e empresas do governo e instituições sem fins lucrativos não precisam de publicidade, já que podem contar com a boa vontade dos veículos e usar a mídia espontânea.
- 92** Um dos pontos-chave da mala direta é a boa relação que se estabelece com os Correios, empresa governamental responsável por todo o fluxo de correspondências no país. Sem um acordo ou negociação com a empresa, o recurso da mala direta não pode ter resultado positivo.
- 93** Os anúncios são peças publicitárias que criam disposição e estimulam o desejo das pessoas, com a finalidade de divulgar, de tornar conhecido algo novo e interessar a massa ou um dos seus públicos. De acordo com essas características, os anúncios são um meio completamente inadequado para a divulgação das campanhas e políticas de saúde.
- 94** Se uma agência escolhe os anúncios publicados em mídia impressa para divulgar uma campanha de saúde do governo, isso significa que o *briefing* feito pela agência não atingiu seu objetivo, ou seja, não contemplou de modo pleno as informações essenciais sobre a campanha.
- 95** O *briefing* é um processo contínuo e fundamental para o planejamento em publicidade e *marketing*, que pressupõe um questionamento seletivo, em que as perguntas têm objetivo específico. Se a publicidade é planejada para atingir objetivos claros e bem definidos, o *briefing* tem como meta chegar a conclusões sobre quem se está tentando influenciar, como se quer influenciar, quando e a que custo.

Julgue os itens que se seguem, referentes aos processos de produção, diagramação e editoração gráficas, nos quais estão incluídos os estilos e gêneros jornalísticos.

- 96** De acordo com as normas de melhor aproveitamento gráfico do papel, as capas das revistas semanais de circulação nacional são impressas em papel *Kraft* branco, com gramaturas que variam entre 55 e 85.
- 97** O padrão de impressão de catálogos, revistas, relatórios, livros e folhetos é a rotogravura, em papel de alta resistência à tração e ao rasgo.
- 98** O acabamento a cavalo de revistas propicia a posição estratégica das páginas centrais, que se tornam um espaço privilegiado e de destaque por se apresentarem como página dupla.
- 99** O jornalismo brasileiro adota como padrão a impressão dos jornais em equipamentos do tipo *offset* tipográfico, em papel jornal branco, no tamanho 87 cm × 114 cm, em gramaturas que variam de 85 a 200.
- 100** A diagramação em três colunas é a mais comum e eficiente para revistas, embora trivial. Esse padrão acomoda o texto em largura quase ideal em termos de legibilidade.

Julgue os itens subseqüentes.

- 101** Os estilos jornalísticos conhecidos como artigo e comentário não são diferentes entre si; ao contrário, guardam relação estreita na medida em que ambos são matéria jornalística em que o repórter narra uma notícia e a comenta, com total liberdade de opinião, e assina a matéria.
- 102** As entrevistas, além do seu valor autônomo como gênero jornalístico, constituem o principal instrumento para se chegar à informação e está presente direta ou indiretamente em todas as matérias e notícias.
- 103** Matéria é tudo o que a redação produz para o jornal. No jornalismo, é usada genericamente para indicar o trabalho produzido pelos profissionais. Matéria fria designa toda a produção do departamento comercial; já matéria quente é toda a produção jornalística paga.
- 104** Muitas vezes, as empresas não atentam para o *copyright*, ou seja, o direito de reprodução do material publicado pelos veículos de comunicação, em especial jornais e revistas. A grande maioria não sabe que o autor de matéria ou ilustração tem exclusividade sobre o material publicado quando não é funcionário do jornal. Desse modo, ninguém poderá reproduzi-lo sem autorização.
- 105** O jornalismo impresso usa a chamada como recurso técnico para atrair a atenção do leitor para a primeira página. Por isso, as chamadas são textos curtos que trazem as principais informações sobre a matéria e remete à página em que ela se encontra no jornal.

No que se refere ao conhecimento de técnicas e conceitos do jornalismo, julgue os itens a seguir.

- 106** Como regra geral, todos os tipos ou caracteres até o corpo 12 são utilizados para texto, e os de 14 em diante destinam-se a títulos, embora o corpo 12 possa ser usado como título de uma pequena notícia. Isso demonstra que é a finalidade do tipo na página que, em última instância, determina se será um tipo para texto ou para títulos.
- 107** Os títulos, quanto à posição que ocupam na página, podem ser classificados como manchete, manchetinha, entretítulo, subtítulo ou antetítulo. Entre esses, os mais usados são a manchete, título principal que fica no alto da página e ocupa toda a sua extensão, e o título propriamente dito.
- 108** A técnica de paginação prevê o uso de recursos estéticos. Entre os mais usados, estão as vinhetas, as tarjas e o sangrado, que vem a ser a composição feita com letra inclinada, intermédia entre o tipo redondo e o manuscrito.
- 109** Em diagramação, a paica é um pedaço de papel que se coloca em uma prova estreita para nele escrever algo que se quer acrescentar ao trabalho ou uma correção extensa para fazer antes de fechar a página.
- 110** Os editores lançam mão do recurso de produzir suplementos para abrir espaço para novos anunciantes do jornal. Em função do comercial, são criadas mais páginas e novas editorias.

Julgue os itens seguintes.

- 111** Poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente da observação direta. A maioria contém informações coletadas em instituições ou de personagens que testemunham ou participam de eventos do interesse público. Portanto, os dados têm como origem o que é chamado de fontes.
- 112** Muitos jornais hoje se utilizam do recurso do *storyboard*, que, a exemplo do cinema e da TV, é uma seqüência de desenhos que mostra uma ação. No jornalismo impresso, é usado para reconstituir uma determinada ação ou fato de grande impacto, tais como, seqüestros, assaltos, atentados.
- 113** A diagramação de jornais e revistas admite o que se chama de medida falsa, que é uma paginação em que o diagramador aumenta o número de colunas ou diminui a sua medida, dando uma impressão de novo padrão.
- 114** Taxa de leitura de um jornal refere-se ao número de cópias distribuídas, entre aquelas que são vendidas em bancas, as que são vendidas por assinatura e as que são entregues gratuitamente.
- 115** Dois grandes problemas para os diagramadores são a viúva e a forca: a primeira é a linha sozinha, constituída por palavra isolada, no topo de uma nova coluna; a segunda é a palavra ou sílaba que sobra na última linha de um parágrafo.

Acerca da elaboração dos textos jornalísticos, julgue os itens a seguir.

- 116** A expressão tensão jornalística define o clima de tensão que um jornal ou revista reflete em seus textos, na maior parte dos fatos que noticia. Essa tensão deve ser transmitida não por adjetivos, mas pela descrição seca e concisa dos fatos dramáticos.
- 117** Há uma diferença entre notícia e reportagem: a notícia descreve um fato e, no máximo, seus efeitos e suas seqüências. Enquanto a reportagem busca mais; partindo da notícia, desenvolve uma seqüência investigativa que difere da notícia em conteúdo, extensão e profundidade.
- 118** Os parágrafos no texto jornalístico são produzidos por critérios diferentes daqueles da língua culta. Os parágrafos são determinados por critérios de número de linhas em função da diagramação e da facilidade de leitura, pois blocos grandes de texto são indesejáveis.
- 119** Os lides (*leads*) podem romper a clássica fórmula das perguntas o quê, quem, quando, como, onde e por quê em várias situações. As mais comuns são encontradas nas matérias de repercussão ou suíte; naquelas em que faltam informações; nas matérias humanas; naquelas que são interpretadas; ou ainda nas não-noticiosas.
- 120** Uma das particularidades mais aceitas do lide é o recurso de estilo à antinotícia, em que a abertura da matéria começa explicando o que não aconteceu. Esse é um recurso de estilo recomendável e bem aceito, embora nem sempre possível.