

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Considerando a comunicação como área do conhecimento que começou a se tornar realidade a partir do surgimento, no início do século XX, de um conjunto de teorias que procuravam explicar o avanço e a centralidade das tecnologias comunicacionais nas sociedades modernas, julgue os itens a seguir.

- 51 O conceito de indústria cultural, imprescindível para o entendimento da centralidade dos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas, remete aos estudos canadenses, também conhecidos pela formulação da teoria do meio.
- 52 Robert Park é um dos maiores expoentes da Escola de Chicago, corrente de estudos que reconheceu e se dedicou a compreender a importância do jornalismo como forma de conhecimento.
- 53 Os estudos culturais, que surgiram com o objetivo de refletir sobre as transformações culturais operadas pelos meios de comunicação na Inglaterra após a Segunda Guerra Mundial, diferenciam-se de outras tradições de pensamento por repudiarem os ideais de herança marxista em suas formulações teóricas.
- 54 Diferentemente da tradição dos estudos de comunicação, concentrada na análise de conteúdo das mensagens emitidas pelos meios de comunicação, McLuhan propõe os meios em si como chaves interpretativas, isto é, segundo o autor, o meio é a própria mensagem a ser entendida.
- 55 Nos Estados Unidos da América, as questões-programa — Quem diz o quê? Em que canal? Para quem? Com que efeitos? —, apresentadas por Harold Lasswell, configuram uma das primeiras respostas científicas ao fenômeno da comunicação, que irrompeu naquele país no início do século XX.

Com relação aos efeitos e impactos dos diferentes meios de comunicação sobre a população, julgue os próximos itens.

- 56 A teoria do agendamento propõe como eixo de trabalho o entendimento da capacidade dos meios de comunicação de massa de decidir e agendar os temas e assuntos que serão discutidos pela sociedade.
- 57 Stuart Hall, um dos expoentes dos estudos culturais, propõe o conceito de codificação e decodificação para a compreensão do impacto dos meios de comunicação sobre a cultura. Sua proposta apresenta os trabalhos de recepção e audiência como recortes de pesquisa fundamentais para o entendimento do processo de formação de opinião pública.
- 58 De acordo com a teoria hipodérmica, o público é um alvo amorfo e reage aos meios de comunicação apenas no contexto de uma relação estímulo-resposta, na qual o impacto das mensagens é direto e indiferenciado.
- 59 Um dos desdobramentos importantes da chamada teoria matemática da informação foi conceituar acerca da inserção dos meios de comunicação no sistema social.
- 60 Habermas, ao analisar a esfera pública burguesa, concluiu que a cultura de mercado é o ponto de partida para explicar a crise da vida política nas sociedades modernas, nas quais a primazia do consumidor ocorreu em detrimento do cidadão.

Em épocas marcadas por sucessivos avanços tecnológicos, as referências a fatos e decisões históricas tornam-se importantes para a compreensão do caráter estratégico das políticas de comunicação adotadas no Brasil. Com relação a esse assunto, julgue os itens seguintes.

- 61 Na década de 60 do século passado, quando ocorreram os primeiros grandes investimentos em infraestrutura de telecomunicações, os aportes mais significativos vieram da iniciativa privada, tendência que se inverteu a partir da década de 90, quando o Estado se transformou no protagonista financeiro do setor.
- 62 A legislação brasileira atual, no âmbito das telecomunicações, confere tratamento diferenciado aos segmentos de radiodifusão e de telefonia.
- 63 A TELEBRÁS, RADIOBRÁS, agência de notícias oficial do governo federal, e a EMBRATEL são instituições cuja criação corresponde a período em que o Estado se responsabilizou pelo setor de comunicações no país.
- 64 As políticas de comunicação no Brasil têm sido relacionadas a planos desenvolvimentistas, podendo assim ser entendida a criação do Código Brasileiro de Telecomunicações, considerado ainda hoje um dos principais marcos legais do setor.

Acerca da correlação entre informação, direitos civis e políticas públicas, julgue os itens subsequentes.

- 65 A Constituição Federal (CF) tem sido, até hoje, o marco institucional delimitador para assegurar o estatuto jurídico tanto de um sistema público de radiodifusão quanto dos sistemas de concessões para os fins estatal e privado.
- 66 Durante a última metade do século passado, os Poderes Legislativo e Judiciário brasileiros se empenharam para evitar o descompasso entre inovação tecnológica e a regulamentação jurídica correspondente, tendo contribuído fortemente para esse ajuste o sucesso das pressões oriundas dos movimentos sociais focados na afirmação do direito à informação como pressuposto da cidadania ativa.
- 67 Na América Latina, a busca de autonomia editorial e organizacional em favor do cidadão e de uma comunicação pública, a despeito da tendência natural das correntes políticas pelo uso de entes estatais para fins político-partidários, representou um desafio marcante das televisões públicas.
- 68 Um dos aspectos decorrentes da convergência tecnológica da era pós-Internet foi a delimitação clara dos usos privados e públicos de cada um dos suportes e meios de comunicação a serviço tanto do Estado quanto do cidadão.
- 69 No Brasil, a paridade de conteúdos informativos, educativos e culturais — decorrente de exigência constitucional — tem sido objeto de fiscalização por parte dos poderes concessionários, cuja avaliação ocorre por meio de relatórios técnicos e públicos, quando dos pedidos de renovação de concessões de rádio e TV.

Considerando o que dispõem a CF e a legislação nacional acerca da comunicação social, julgue os itens a seguir.

- 70** Para a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação no Brasil, basta que o responsável legal solicite, nos casos previstos em lei, autorização expedida por órgão competente para tal fim.
- 71** Para veicular obra audiovisual em TV, a emissora ou produtora deve enviar a sinopse do programa a ser exibido e sua classificação indicativa ao Ministério da Cultura, onde se procederá ao monitoramento da obra. Caso a classificação indicativa não esteja de acordo com o previsto, o programa receberá nova classificação, e se não for cumprida, o referido ministério aplicará punições aos responsáveis diretos pela produção.
- 72** No território nacional, é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato.
- 73** A CF dispõe acerca dos princípios norteadores da produção e programação das emissoras de rádio e TV no Brasil, incluindo, entre outros, a preferência por finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas e, em especial, o respeito aos valores religiosos da pessoa e da família.

Às vezes, os conceitos de moral, ética e deontologia são tratados como uma única noção até pelos dicionários de filosofia; entretanto, apesar de suas inter-relações, são necessários recortes importantes, pois, enquanto a moral faz parte do discurso prático, a ética e a deontologia fazem parte do discurso teórico. Considerando esse assunto e o que dispõe o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, julgue os itens subsecutivos.

- 74** De acordo com a cláusula de consciência, que só consta da versão mais recente do referido código de ética, o repórter tem o direito de não executar tarefas que contrariem suas convicções morais e deontológicas, o que lhe permite selecionar apenas as fontes que adotem valores convergentes com os seus.
- 75** O jornalista deve combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial, quando exercidas com o objetivo de controlar a informação.
- 76** Se a identificação de pessoas em relatos jornalísticos implicar riscos a sua integridade, o jornalista poderá usar recursos audiovisuais de exposição e textuais de descrição para amenizar a probabilidade de eventuais ameaças.
- 77** O jornalista é responsável por toda informação que divulga, ainda que o seu trabalho tenha sido alterado por terceiros hierarquicamente superiores; situações como essa legitimam o princípio da obediência devida na profissão.
- 78** A deontologia jornalística trata de um etos técnico-profissional, de acordo com valores que a própria categoria estabeleceu para si, ao longo de sua atuação.
- 79** O bom, o belo, o justo e o bem correspondem, em síntese, a categorias universais da moral, que podem ser criticamente aplicadas a um contexto corporativo e, portanto, deontológico.

Frequentemente, leitores, ouvintes e telespectadores escrevem para a ouvidoria da EBC apontando erros, imprecisões e informações equivocadas publicados em matérias da Agência Brasil ou veiculados pelas rádios e TVs do sistema público de comunicação gerido por essa empresa. Tais manifestações são encaminhadas aos setores competentes, para as providências necessárias. Dessa forma, o público do veículo faz a leitura crítica do conteúdo divulgado por esses meios e contribui para a gestão da qualidade da informação. A respeito desse assunto, de aspectos a ele relacionados e de procedimentos técnicos que caracterizam a redação, a produção e a difusão jornalísticas, julgue os próximos itens.

- 80** Por serem fontes de fé pública, os veículos de comunicação estatais e governamentais dispensam a apuração, pelo usuário, da veracidade das informações disponibilizadas em sítios oficiais na Internet.
- 81** A transmissão de notícias está sujeita a situações ou condições relacionadas às rotinas de processo de produção (*newsmaking*), tais como lapsos do repórter, falhas técnicas na transmissão dos relatos, estado emocional dos informantes e dos jornalistas, que podem provocar erros ou distorções nessa transmissão.
- 82** Um fato, para se transformar em notícia, depende da realização de uma série de procedimentos codificadores, o que ocorre quando o jornalista começa a coletar dados, fazer anotações, tirar fotos e realizar filmagens ou gravações, por exemplo.
- 83** As notícias refletem a realidade, visto que, atualmente, os jornalistas dispõem dos mais avançados recursos tecnológicos para obter informações e transmiti-las.
- 84** A criação da função de *ombudsman*, a elaboração de códigos de ética, a formação de conselhos de leitores e a abertura de espaços para opinião, comentários e compartilhamentos são mecanismos dos quais os veículos de comunicação geralmente se utilizam para controle de qualidade da produção jornalística.

Com relação à administração jornalística, julgue os itens seguintes.

- 85** Uma das exigências legais para que um veículo de comunicação impressa dê início às suas edições e as publique, é a obtenção de licença específica junto à autoridade federal, estadual ou municipal competente.
- 86** Inclui-se na categoria de jornalismo público a prática que consiste na cobertura, por alguns jornais, de fatos decorrentes de campanhas públicas das quais eles participem diretamente como organizadores.

Nos últimos anos, a comunicação tem conquistado cada vez mais espaço nas organizações. A globalização e as novas tecnologias definiram um papel decisivo para a comunicação, com possibilidades sem fronteiras de participar do negócio e interagir com os mais diversos públicos. A próxima etapa a ser vencida pela comunicação deverá ser a sua consolidação como instrumento de inteligência empresarial. Com referência a esse assunto, julgue os itens que se seguem.

- 87** Desde que a área de comunicação das organizações passou a contar com as assessorias de imprensa, propaganda e publicidade e relações públicas, considera-se consolidado, do ponto de vista estratégico, o composto da comunicação integrada.
- 88** Ter voz ativa na construção de cenários, no lançamento de produtos e na formulação do planejamento estratégico constitui pré-requisito para que a comunicação seja considerada uma área estratégica.
- 89** Por ser a guardiã do discurso institucional e, conseqüentemente, zelar pela identidade, imagem e marca da organização, a área de comunicação deve estar ligada diretamente à instância máxima de comando das instituições públicas e privadas.

A administração de crises constitui, hoje, um recorte específico no campo da cultura organizacional, por sua vez inter-relacionado às decisões, ações e produtos da área de comunicação. Considerando essa inter-relação, julgue os itens seguintes.

- 90 Uma das primeiras obrigações da administração de uma organização em situação de crise é dar satisfações ao público: o público interno deve ser o primeiro a ser informado e, a seguir, os demais, como acionistas, mídia, clientes, fornecedores e outros *stakeholders* estratégicos com os quais a organização mantenha algum tipo de relacionamento especial.
- 91 A constituição de um comitê ou gabinete de crise, condição indispensável à administração de crises, deve ser a primeira providência a ser tomada para a neutralização de uma situação de crise institucional.

Com relação aos processos de comunicação interna das organizações, julgue os itens que se seguem.

- 92 As decisões estratégicas da organização não devem ser tomadas sob pressão ou influência de atos comunicativos que não integram a rede formal de comunicação; por isso, rumores e boatos, embora configurem poderosa rede de informação, não devem ser levados em consideração nas tomadas de decisões.
- 93 Considerando-se que, em muitas empresas, nem todos os empregados têm acesso à Internet e às novas tecnologias, o jornal mural, os veículos impressos e os boletins setoriais são meios eficientes para a comunicação interna nessas organizações.
- 94 A comunicação interna não é uma ação exclusiva da área de comunicação das organizações, sendo as interações face a face ainda muito eficazes para manter ativo o sistema de comunicação interna e para buscar a adesão dos empregados aos valores, objetivos e metas da organização.

Considerando a comunicação pública um processo que se instaura, na esfera pública, entre Estado, governo e sociedade, julgue os itens subsequentes.

- 95 A comunicação pública deve privilegiar o interesse público em detrimento do interesse individual ou corporativo e não pode ser considerada sinônimo de comunicação governamental ou de comunicação partidária.
- 96 Nos períodos eleitorais, a obrigação dos políticos em estabelecer contatos com o público evidencia a importância, para o candidato, da comunicação pública, composta de ações de *marketing* político, das pesquisas, dos pronunciamentos, dos programas eleitorais e dos programas de governo.
- 97 Além das autoridades públicas, também praticam a comunicação pública, cobrando e dando *feedback*, e dialogando, agentes como os sindicatos, as ONGs, as empresas, os partidos políticos, os movimentos sociais, os grupos étnicos e as igrejas.

As ações e as responsabilidades das empresas e dos órgãos públicos ultrapassam os limites dos negócios e interesses imediatos, inclusive na área da comunicação. Com referência a esse assunto, julgue os itens a seguir.

- 98 A CF proíbe a autopromoção, com o dinheiro público, de servidores e autoridades públicas e de qualquer pessoa com vínculo a órgãos do governo, não se incluindo, entretanto, entre as restrições constitucionais, o uso da imagem de servidores públicos nos veículos de comunicação internos, para divulgar ações e atos do governo e das empresas, ainda que possa ser entendido como promoção pessoal.
- 99 Empresas privadas que contratem com o governo podem adquirir, com recursos próprios, espaços na mídia ou usar meios próprios de comunicação para divulgar determinada obra do governo, exceto no período eleitoral.
- 100 Uma das expectativas em relação ao diferencial da comunicação pública está no esforço que se espera dos promotores de notícias (*news promoters*) em convencer os profissionais dos meios de comunicação mercadológicos (*news makers*) quanto à noticiabilidade de fatos de interesse público (utilidade), mas não, necessariamente, de interesse do público (curiosidade).

As organizações ainda parecem muito preocupadas em distribuir informação, mas pouco em ouvir. Comunicação não significa apenas circulação de informação, mas também relacionamento.

Margarida Kunsch (Org.). **Comunicação Organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 335 (com adaptações).

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

- 101 A comunicação tem funções bem específicas, voltadas para a preservação da imagem institucional e para a promoção de produtos, devendo a criação de uma cultura de comunicação na organização ficar reservada à área de gestão de pessoas.
- 102 Por estar relacionada ao exercício do poder, a comunicação organizacional deve ser um processo de integração de todos os públicos da organização, visto que gera interações, influências e mudanças de comportamento.
- 103 Um dos motivos pelos quais os órgãos públicos recorrem à difusão de conteúdos institucionais na mídia é a necessidade de complementar a publicidade legal com informações esclarecedoras, como ocorre na veiculação de campanhas públicas, dada a existência de desníveis regionais socioeconômicos, culturais e de acesso aos meios de comunicação.

O advento da Internet alterou os paradigmas de cobertura, redação e difusão dos fatos jornalísticos. Em relação a essas novas condições de codificação da informação jornalística, julgue os itens seguintes.

- 104** Para a redação na Internet, não se recomenda, ao contrário dos antigos manuais de jornalismo, economia de palavras ou escolha de vocábulos mais curtos, sendo a preocupação, nesse ambiente, prioritariamente com o estilo.
- 105** Com o surgimento da Internet, que trouxe novas exigências de redação e de estilo, mais apropriadas ao *webjornalismo*, o modelo da pirâmide invertida foi abandonado, pois se mostrou inadequado à estruturação da narrativa *online*.
- 106** Escrever notícias para a Internet requer a adaptação do texto a diferentes estratégias de leitura, e uma das maneiras de adequar o texto jornalístico à Internet é tratá-lo como hipertexto.
- 107** O processo de noticiabilidade tradicional é inapropriado, no que se refere a valores-notícia e etapas de produção (*newsmaking*), para o ambiente interativo como a Web 2.0, uma vez que, em um ambiente de compartilhamento, os fatos impactam menos que nos meios massivos, especialmente rádio e TV.
- 108** Assim como nas mídias mais tradicionais, na Internet há preferência pelo desdobramento sequencial do fato em título, lide e corpo da matéria; na edição, corta-se do pé para a cabeça.

As pesquisas de *eyetrack* (caminho do olho) e os estudos de usabilidade focalizam a visão e o comportamento dos usuários de Internet. Com base nesses fatores de leitura e usabilidade, julgue o item abaixo.

- 109** A leitura na tela segue o denominado padrão em F, que consiste no seguinte: movimento horizontal na parte superior, da esquerda para a direita; na volta, movimento vertical pela parte esquerda da tela, seguido de um segundo movimento horizontal, mais curto, e de um movimento vertical na parte esquerda da tela.

Julgue os itens de **110 a 116**, relativos à coordenação de equipes e processos em uma organização de comunicação social.

- 110** Compete ao editor-chefe, que é o responsável editorial pelo telejornal, decidir o conteúdo noticioso, a seleção e a hierarquização das matérias que irão ao ar.
- 111** O diretor de jornalismo é o responsável legal pelo que é veiculado em um telejornal, cabendo também a ele a interlocução com os telespectadores em casos de correção de informações ou de esclarecimentos.

- 112** A produção corresponde ao setor, nas emissoras de televisão, que trata do apoio logístico para a realização de reportagens e entrevistas. Esse apoio ocorre desde o contato antecipado com as fontes até o retorno dos repórteres e equipes com o material a ser editado.
- 113** Em uma redação, o pauteiro é o profissional que organiza roteiros de assunto e coberturas e decide o que merecerá cobertura jornalística entre uma edição e outra do telejornal. Esse profissional deve aceitar sugestões de assuntos e convocar, em caso de necessidade, as reuniões de pauta.
- 114** A prática do *pool* — evitada no dia a dia pelos chefes de reportagem que desejam versão própria ou exclusiva de determinado fato realizada por seus repórteres — é admitida em grandes coberturas de eventos para os quais seja exigido credenciamento específico limitado.
- 115** Fontes e promotores de notícias (*news promoters*) pautam as redações ao propor o que consideram noticiável e ao manter e atualizar, virtualmente, banco de pautas e banco de matérias.
- 116** Cabe ao coordenador de rede a distribuição de pautas, o controle sobre o seu cumprimento e a fiscalização da qualidade técnica das reportagens, de forma a evitar que eventuais falhas de áudio e vídeo sejam veiculadas.

No que concerne à utilização das redes sociais como ferramenta de comunicação, julgue os itens que se seguem.

- 117** O jornalismo cidadão ou jornalismo colaborativo é forte concorrente ao jornalismo tradicional, pois, caracterizado por grande credibilidade, representa a voz dos cidadãos, não estando sujeito a linhas editoriais, seja de empresa, seja de governo.
- 118** Defendida pela teoria dos dois estágios (*two steps flow*), a ideia de que os líderes de opinião, supostamente mais bem informados, desempenham papel preponderante ao filtrar as informações originalmente difundidas pelos meios de comunicação de massa não se aplica à comunicação nas redes sociais.
- 119** O uso das redes sociais por repórteres amadores deu origem a uma nova categoria de difusor de notícias, o jornalista multimídia, que se caracteriza pela agilidade, autonomia e versatilidade, mas também pela superficialidade e falta de compromisso ético em relação aos órgãos de classe.
- 120** As redes sociais facilitam o compartilhamento de imagens e músicas entre particulares, por exemplo, mas, devido à limitação do número de caracteres permitidos a cada publicação, dificultam o compartilhamento de textos, o que favorece o uso do clássico *release* em papel no agendamento diário em órgãos públicos e empresas privadas.

## PROVA PRÁTICA PROFISSIONAL

- Nesta prova, faça o que se pede, usando o espaço para rascunho indicado no presente caderno. Em seguida, transcreva o texto para o **CADERNO DE TEXTO DEFINITIVO DA PROVA PRÁTICA PROFISSIONAL**, 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.
- 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.

Os chefes de Estado dos países do MERCOSUL e seus respectivos ministros da Fazenda estarão reunidos, em Brasília, em 11/11/2011 (sexta-feira), entre as 10 h e o meio-dia, para tratar da articulação conjunta do bloco econômico em razão dos possíveis impactos decorrentes da crise econômica mundial.

De acordo com a agenda divulgada pelo Itamaraty, a reunião dos chefes de Estado ocorrerá no Palácio do Planalto e dela resultará a assinatura de uma declaração conjunta, portanto, um acordo político, de linhas gerais a serem detalhadas por um outro acordo, com divulgação prevista para às 17 h, que deverá ser assinado pelos respectivos ministros da área econômica ou seus representantes. Os chefes de Estado e os seus ministros participarão às 13h de um almoço no Itamaraty, durante o qual estão previstos dois pronunciamentos protocolares, um deles em nome dos visitantes. As reuniões de trabalho ocorrerão no Palácio do Planalto.

Os dois encontros foram planejados com antecedência, tanto pelas chancelarias quanto pelos órgãos econômicos das nações envolvidas. Há bastante repercussão na mídia, especialmente no que se refere a medidas com vistas à proteção cambial e seus reflexos nas balanças comerciais da região. Apenas as lideranças anfitriãs darão entrevistas coletivas sobre os dois encontros, após a assinatura dos dois documentos oficiais.

---

Com base na situação acima apresentada, elabore, na condição de chefe de reportagem de TV de empresa pública de comunicação, o planejamento da cobertura dos dois eventos, levando em conta a capacidade da empresa em instalar transmissão ao vivo; de servir de base para outras empresas congêneres latino-americanas e de organização de *pool* entre elas; de cobrir e agenciar informações. Ao elaborar esse planejamento, faça o que se pede a seguir.

- ▶ Descreva os aspectos logísticos, operacionais e jornalísticos envolvidos na cobertura das duas reuniões.
- ▶ Relate os principais momentos e produtos decorrentes da cobertura das reuniões dos chefes de Estado e de seus ministros.
- ▶ Especifique o material a ser reportado ao vivo e em gravações, e a ser redistribuído para o território brasileiro e para a mídia estrangeira.

**RASCUNHO – 1/2**

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	

**RASCUNHO – 2/2**

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	