



INCA INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER

CONCURSO PÚBLICO

CARGO 01:  
**ANALISTA EM C&T JÚNIOR**

ÁREA:  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

ESPECIALIDADE:  
**JORNALISMO**

**CADERNO DE PROVAS – PARTE II**  
Conhecimentos Específicos e Discursiva

**MANHÃ**

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Nesta parte II do seu caderno de provas, confira atentamente se os seus dados pessoais e os dados identificadores do seu cargo transcritos acima estão corretos e coincidem com o que está registrado em sua folha de respostas e em sua folha de texto definitivo da prova discursiva. Confira também o seu nome e o nome de seu cargo em cada página numerada desta parte de seu caderno de provas. Em seguida, verifique se o seu caderno de provas (partes I e II) contém a quantidade de itens indicada em sua folha de respostas, correspondentes às provas objetivas, e a prova discursiva, acompanhada de espaço para rascunho. Caso o caderno esteja incompleto, tenha qualquer defeito ou apresente divergência quanto aos seus dados pessoais ou quanto aos dados identificadores do 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:

*A alegria é a passagem do homem de uma perfeição menor para uma maior.*

**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](http://www.cespe.unb.br).
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com relação aos fundamentos da comunicação, julgue os itens a seguir.

- 41 De acordo com a Tabela de Áreas do Conhecimento (TAC), utilizada por órgãos brasileiros de fomento à pesquisa, a comunicação social faz parte da grande área das Ciências da Vida.
- 42 A comunicação de massa tem como pressuposto a intermediação de um meio técnico, ou multiplicador, que permite atingir um público anônimo, heterogêneo e fisicamente disperso.
- 43 O campo da mídia equivale, por derivação etimológica, ao campo dos *mass media* e, conseqüentemente, ao campo dos meios de comunicação de massa.
- 44 O jornalismo adota os paradigmas da objetividade, da neutralidade e da imparcialidade, mas, epistemologicamente, não está afeto às ciências exatas.

Com relação aos registros encontrados na história da imprensa brasileira, julgue os próximos itens.

- 45 O jornal **Correio Braziliense**, de Hypólito José da Costa, foi fundado com a grafia “braziliense” para se diferenciar de **brasileiro**, conotação relativa aos colonizadores estabelecidos no Brasil.
- 46 O jornal **Correio Braziliense** foi inaugurado no dia 21 de abril de 1960, em Brasília, devido a uma promessa realizada por Assis Chateaubriand a Juscelino Kubitschek, caso a construção da nova capital ocorresse no tempo previsto.

Julgue os itens seguintes, acerca das teorias do jornalismo.

- 47 Entre as teorias do jornalismo, aquela que considera o jornalista como um observador subjetivo e interessado na realidade que retrata é a teoria do espelho.
- 48 Apesar de nem todos os fatos serem considerados jornalísticos, o jornalismo não perde o *status* de ferramenta de cognição da realidade fenomênica.

Com relação às potencialidades e aos contingenciamentos a que está submetida a produção jornalística, julgue os próximos itens.

- 49 O cerne da teoria do agendamento (*agenda setting*) consiste na forma como as redações organizam as rotinas produtivas no estabelecimento de uma agenda diária da produção de notícias.
- 50 Informação jornalística sem fonte é o mesmo que notícia não publicável, já que o repórter não tem autonomia para assumir a narração de fatos por conta própria.
- 51 Notícia e reportagem se confundem em sua essência, pois somente se diferenciam em tamanho.
- 52 O texto jornalístico deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo, tanto em veículos impressos quanto em veículos eletrônicos.
- 53 Definir o que é notícia não é simples, pois: é um acontecimento, mas nem todo acontecimento é notícia; desperta interesse, mas nem tudo que desperta interesse é notícia; é um fato que choca, mas nem todo fato que importa é chocante; é novidade, mas nem tudo que é novo é notícia.

Julgue o item abaixo, acerca dos critérios que orientam um editor de notícias.

- 54 Selecionar e hierarquizar os fatos que merecem publicação e desprezar o restante são habilidades que os *gatekeepers* exercem com base em uma cultura profissional e não propriamente em um conhecimento *stricto sensu* que possa ser preestabelecido.

Julgue os itens que se seguem, relativos ao jornalismo e às novas tecnologias de comunicação.

- 55 Os sítios de código aberto permitem que o público comente acerca dos conteúdos jornalísticos já publicados e colabore na elaboração dos mesmos, permitindo, ainda, que o público insira material original nesses sítios.
- 56 Alguns autores defendem que as experiências de rádios pessoais na Web, por não possibilitarem a emissão de programação no tempo real do ouvinte e da sociedade na qual ele está inserido, não se configuram como autêntica mídia rádio nem como radiojornalismo.
- 57 A prática do *podcasting*, por se tratar de uma forma de transmissão de áudio, não enfrenta resistência do meio acadêmico para ser considerada autenticamente uma forma da mídia rádio.
- 58 Para produzir notícias de forma multimídia do próprio local dos acontecimentos, basta que o repórter tenha acesso a um computador portátil com conexão sem fio, uma câmera de vídeo e fotográfica e um gravador de áudio.
- 59 A fusão entre produtores e consumidores (*prosumers*) de informação jornalística *online*, embora cause polêmicas, já tem uma denominação corrente que é a de jornalismo cidadão ou colaborativo.

Considerando que o governo federal edita normas e manuais de procedimentos para instruir normativamente as ações de comunicação social, julgue os itens a seguir.

- 60 O governo federal não legisla sobre liberdade de imprensa, pois é vedada toda forma de censura, com exceção apenas para situações de estado de sítio.
- 61 A observância do decoro para com a moral e com os bons costumes dos conteúdos jornalísticos está sujeita ao sistema de classificação indicativa vigente no Brasil.
- 62 A classificação indicativa por faixa etária e horário no que se refere ao decoro nas campanhas publicitárias está a cargo do Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR).
- 63 A marca oficial do governo federal deve estar presente em todas as ações de comunicação, e, normalmente, cada gestão institui um conceito próprio e subjetivo, como parte da sua identidade visual.
- 64 São permitidas alterações de tamanho e estilo na aplicação da identidade visual do governo federal em ações de comunicação, apesar da existência de manual de identidade visual.

De acordo com, Thais de Mendonça Jorge (**A notícia nos cibermeios**. SBPJor, nov./2008), vários são os termos para tentar explicar o fenômeno que incide sobre as comunicações, em especial o jornalismo digital: metamorfose, *midiamorfose*, embaralhamento, hibridização. A propósito desse fenômeno, julgue o item abaixo.

- 65 Não se pode afirmar que procedimentos como o lide e a pirâmide invertida estejam superados em relação ao *webjornalismo*, mas que, como a própria notícia, passaram por um processo de mutação decorrente da prática do hipertexto.

Julgue os próximos itens, considerando os princípios para uma boa redação radiofônica.

- 66 O texto para rádio deve ser mais informal do que aquele utilizado para a mídia impressa, devendo ser claro, simples e sem ambiguidade, mas sem ser simplório nem intimista.
- 67 O redator de texto para um boletim radiofônico deve levar em conta que, em cada notícia, o ouvinte tem apenas uma chance de entender o que está sendo dito.
- 68 Frases complexas e ordem indireta de orações e sujeitos podem ser usadas no meio radiofônico quando o texto a ser lido tiver sido originalmente formatado para a mídia impressa.

Livros e periódicos, especialmente os de natureza científica e acadêmica, seguem sistemas internacionais de padronização e identificação. Com relação aos sistemas internacionais de padronização, julgue os itens a seguir.

- 69 O *International Standard Book Number* (ISBN) identifica numericamente os livros segundo o título, o autor, o país e a editora, individualizando-os inclusive por edição.
- 70 Embora identifique numericamente os livros, o ISBN ainda não superou as barreiras linguísticas, devido a problemas relativos aos distintos padrões de códigos de barras utilizados em cada país.
- 71 O *International Standard Serial Number* (ISSN), identificador aceito internacionalmente para individualizar o título de uma publicação seriada, tornando-o único e definitivo, ainda não se aplica a publicações científicas veiculadas na Internet.

Certos conhecimentos e recursos gráficos são essenciais para o equilíbrio entre texto e imagem, assim como para o alcance da funcionalidade e da qualidade estética do leiaute. Considerando essa premissa, julgue os próximos itens.

- 72 Entre os recursos essenciais de editoração eletrônica para o controle da legibilidade do conteúdo estão: o espaçamento entre letras (*tracking*), o espaçamento entre pares de caracteres (*kerning*) e o espaçamento entre linhas (*leading*).
- 73 Ao visualizar uma página, os olhos do leitor focalizam primeiramente o centro óptico da mesma, localizado um pouco acima e à esquerda do seu centro mecânico.
- 74 Para se fixar os olhos do leitor em uma página, é comum utilizar uma ilustração que atraia a atenção, no canto inferior direito desta página.
- 75 Na editoração eletrônica de um livro, a diagramação das páginas mestras deve ser feita manualmente, seguindo a ordem de primeiro as páginas pares e em seguida as ímpares.

Tendo em vista que os processos de edição requerem procedimentos técnicos e éticos específicos, de acordo com os distintos meios, julgue os itens subsequentes.

- 76 Na edição de um telejornal, nem sempre é necessária a passagem do repórter durante a apresentação de uma matéria.
- 77 Compete ao editor de um noticiário reorganizar os trechos das entrevistas, de modo a obter o efeito que lhe pareça mais sensacional.
- 78 No noticiário radiofônico, sonoras opinativas, são contundentes e chamam mais a atenção do ouvinte.
- 79 Usuários da Web se frustram quando o que buscam está além de três cliques e quando uma página leva mais de trinta segundos para ser baixada.
- 80 A deontologia jornalística brasileira recomenda que sejam rejeitadas fotomontagens e outras alterações de imagens, bem como reconstituições de áudio ou quaisquer outras manipulações que deturpem a realidade.

Comunicação organizacional, comunicação empresarial e comunicação corporativa são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar todo o trabalho de comunicação levado a efeito pelas organizações em geral. Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade. Compreende, dessa forma, a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. O termo comunicação organizacional, que abarca todo o espectro das atividades comunicacionais, apresenta maior amplitude, aplicando-se a qualquer tipo de organização — pública, privada, sem fins lucrativos, ONGs, fundações, etc. —, não se restringindo ao âmbito do que se denomina empresa.

Margarida Kunsch. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 2.ª ed. São Paulo: Summus, 2002, p. 149-50 (com adaptações).

Com base nos conceitos apresentados no texto acima, julgue os itens de 81 a 85.

- 81 As organizações devem buscar, entre seus objetivos de comunicação, o equilíbrio dos seus interesses e dos interesses de seu público. Isso será alcançado se a comunicação for planejada de forma estratégica, dentro de uma filosofia de comunicação organizacional integrada.
- 82 A comunicação administrativa relaciona-se aos fluxos, aos níveis e às redes de comunicação que permitem o funcionamento do sistema organizacional, confundindo-se com a comunicação interna e, às vezes, sendo substituída por ela.
- 83 A qualidade da comunicação interna pode ser avaliada com base em alguns itens, entre os quais: a disposição da direção em abrir as informações; a autenticidade dessas informações, tendo a verdade como princípio; a rapidez e competência; e a implantação de uma gestão participativa, capaz de propiciar oportunidades às mudanças culturais necessárias na instituição.

84 As relações públicas, o jornalismo empresarial, a assessoria de imprensa, a publicidade institucional, a imagem e a identidade corporativas são os instrumentos da comunicação institucional, que constitui uma instância da comunicação organizacional.

85 Nas abordagens tradicionais da comunicação empresarial, que estão cedendo lugar a uma perspectiva mais complexa de comunicação organizacional, o objetivo primordial da empresa ou instituição é buscar a melhor mensagem e o melhor meio para estabelecer contato com os públicos-alvo, visando mudar modos de pensar, influenciar decisões, modificar os subordinados para o alcance dos objetivos organizacionais, anunciar eventos, vender algum produto e eliminar conflitos.

Com relação à atividade de assessoria de imprensa, julgue os itens a seguir.

86 A atividade especializada de fornecimento, para a imprensa, de informações sobre uma organização foi inventada nos Estados Unidos da América, no início do século XX, e tem seus antecedentes históricos no desenvolvimento industrial desse país no final do século XIX.

87 Nas duas últimas décadas, as organizações no Brasil deixaram de ser instituições que apenas detêm informações e passaram a ser produtoras ostensivas de conteúdos noticiosos e opiniões, criando mídias próprias que constituem fontes de informação para a grande imprensa e que substituem, em algumas ocasiões, antigos canais de contato com a imprensa, tais como o *release* ou os telefonemas.

88 A partir da valorização e ampliação das atividades de comunicação pelas organizações, a atividade da assessoria de imprensa concentrou-se na gestão dos fluxos de informação e do relacionamento entre fontes e jornalistas.

Acerca do relacionamento com a imprensa, julgue os itens de 89 a 92.

89 A organização de encontros formais ou informais entre jornalistas de veículos e os dirigentes da organização não faz parte das atividades de assessoria de imprensa, pois constitui *lobby*.

90 O assessor de imprensa deve preocupar-se tanto com o relacionamento reativo com a imprensa, ou seja, responder às demandas dos jornalistas com a presteza e a rapidez necessárias, quanto com o relacionamento proativo, que significa oferecer informações sobre a organização julgadas pertinentes e de utilidade pública.

91 A organização pode melhorar sua relação com a imprensa dando condições para que o jornalista realize seu trabalho, o que inclui fornecer rapidamente as informações corretas, exatas, interessantes, de forma objetiva e sob o ângulo mais adequado para o veículo.

92 Em entrevistas sobre a organização, o assessor de imprensa participa como facilitador do contato entre jornalistas e fontes, definindo as respostas e ajudando a focalizar os pontos de interesse da organização sobre o assunto.

Com relação aos veículos de comunicação institucional, julgue os itens que se seguem.

93 Um informativo ou boletim privilegia a informação especializada e apresenta os pontos de vista da organização sobre um tema ou projeto, por meio de artigos, podendo ser impresso ou digital.

94 A página inicial da *intranet* funciona como um mural eletrônico e atinge facilmente os diferentes públicos da organização.

95 O jornal tem periodicidade mais estendida que o informativo e funciona como uma síntese dos acontecimentos da instituição em certo período, atingindo a todos os públicos da organização.

96 Quando direcionada ao público interno de uma organização, uma publicação precisa adotar uma atitude respeitosa, isto é, tratar o funcionário ou empregado como adulto, sem usar de paternalismo ou recorrer a imagens do campo familiar, adotando uma linguagem profissional, e uma atitude honesta, informando os fatos, sem esconder os problemas.

Considerando o *release* e o *clipping*, duas ferramentas da assessoria de imprensa, julgue os itens a seguir.

97 Estruturado em formato jornalístico, o *release* tem como principal característica a confiabilidade das informações apresentadas.

98 Os únicos critérios para o aproveitamento dos *releases* pela imprensa são o interesse público, a novidade e a exclusividade da informação.

99 Para avaliar o resultado do seu trabalho, o assessor de imprensa pode fazer uma análise tópica de um esforço de divulgação relativo a evento ou assunto ou uma auditoria de imagem, que implica uma avaliação elaborada e abrangente da cobertura de mídia dedicada à organização.

100 A atividade de assessoria de imprensa pode ser avaliada por métodos qualitativos, como a definição das angulações das matérias publicadas na imprensa, ou por métodos quantitativos, como a medição de centimetragem publicada sobre a instituição, o que mostra da mesma forma a eficiência do trabalho de comunicação na produção da imagem da organização.

## 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.

Nunca houve uma época tão boa para ser jornalista. Isso pode soar estranho, quando tantos jornalistas perderam seus empregos. Mas também nunca houve antes uma época que oferecesse tantas formas de se contar histórias e levar informação aos leitores.

Mark Briggs. **Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar - Um guia de cultura digital na era da informação**. Edição eletrônica. Editado em português pelo Knight Center for Journalism in the Americas (com adaptações).

Considerando que o trecho acima tem caráter unicamente motivador, redija um texto dissertativo acerca do seguinte tema:

### JORNALISMO, INTERNET E CIDADANIA

Ao elaborar seu texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ novas ferramentas para o exercício do jornalismo, a Web 2.0. em comparação com a Web 1.0;
- ▶ das redes discadas às redes sociais: novas possibilidades tecnológicas para o exercício do jornalismo em domínios de código aberto;
- ▶ Web, jornalismo colaborativo e novos problemas de eticidade e credibilidade.

**RASCUNHO**

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	