

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

No que diz respeito à comunicação pública, julgue os itens a seguir.

- 51 A comunicação governamental não se propõe a estimular o engajamento da população na vida pública, visto que se restringe a divulgar as decisões e ações de governo.
- 52 A comunicação pública, da qual participam os órgãos e entidades das três esferas de poder, promove e fomenta o debate político e contribui para a construção da agenda pública, por meio dos mais diversos canais, meios e instrumentos de comunicação.
- 53 A comunicação governamental abrange todas as ações e atividades desempenhadas pelos governos, seus órgãos e entidades e visa apresentar à opinião pública as informações de interesse público e a prestação de contas de sua atuação.

Com base no disposto na Lei de Acesso à Informação, julgue os itens que se seguem.

- 54 Em se tratando de acesso a informação em documento cuja manipulação possa prejudicar a sua integridade, deve-se oferecer consulta a cópia, com certificação de que esta confere com o original.
- 55 Informações ou documentos que versem sobre conduta que implique violação de direitos humanos praticada por agentes públicos ou a mando de autoridades públicas não devem ser objeto de restrição de acesso.
- 56 Informação sigilosa é definida como aquela que, em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do Estado, é submetida a permanente restrição de acesso público.
- 57 Caso a informação solicitada esteja disponível ao público em formato impresso, eletrônico ou qualquer outro meio de acesso universal, devem ser informados ao requerente o lugar e a forma pela qual poderá ser consultada, obter ou reproduzir a referida informação, procedimento que não desonera o órgão ou entidade pública da obrigação do fornecimento direto da informação.

No que se refere à informação *online* e à exclusão digital, julgue os itens seguintes.

- 58 Para o desenvolvimento de metodologias de avaliação e acompanhamento das ações contra a exclusão digital, é fundamental estabelecer a distinção entre os diferentes níveis de acesso à tecnologia digital e seu uso.
- 59 O número de computadores e de usuários cadastrados pelos provedores de Internet constitui o principal critério de investigação da quantidade de seus usuários, e a diversidade de possibilidades de acesso facilita a quantificação desses usuários.
- 60 As fórmulas de avaliação do nível de exclusão digital consideram a distribuição dos meios de comunicação e os tipos de uso de conteúdos digitais, mas não o nível de escolarização da população investigada.

No que se refere às pesquisas de opinião e de mercado, julgue os itens subsequentes.

- 61 As vantagens da entrevista em profundidade em relação às discussões em grupo incluem as possibilidades de identificar as motivações subjacentes de um tema e atribuições diretas das respostas aos entrevistados.
- 62 A amostragem estratificada envolve processo de divisão em etapas que produz amostra não probabilística.
- 63 Por meio da pesquisa qualitativa, buscam-se evidências conclusivas acerca do problema objeto de uma investigação.

No que se refere ao *marketing* digital, julgue os itens subsecutivos.

- 64 Em um plano de *marketing* digital, a etapa de produção abrange a construção de *websites* mediante a arquitetura da informação prevista.
- 65 A otimização dos sistemas de busca e a integração de interfaces de acesso móvel à Web diversificaram o uso das estratégias digitais em campanhas de comunicação das empresas.
- 66 A avaliação de resultados de *marketing* em ambiente digital é mais imprecisa que a feita em ambiente analógico, o que dificulta o processo de mensuração de dados.
- 67 O número de visitantes únicos em um sítio de vendas corresponde à medida que representa a relação entre o número de visitantes desse sítio e o volume de vendas obtido.
- 68 Um dos objetivos da mensuração em *marketing* é otimizar a estratégia e as ações de comunicação.

Julgue os itens seguintes, relativos à comunicação integrada em *marketing*.

- 69 As análises de mercado e de avaliação do público-alvo, contidas em um plano de *marketing* previamente elaborado, compõem as premissas de um plano de comunicação integrada.
- 70 Em um plano de comunicação integrada de *marketing*, os testes de conceito devem ser realizados após o término de uma campanha publicitária.
- 71 O incentivo à comunicação boca a boca positiva faz parte da comunicação integrada de *marketing*.
- 72 A comunicação de mensagens difusas para os mercados-alvo caracteriza a comunicação integrada de *marketing*.

Julgue os próximos itens, em relação à interatividade nos meios de comunicação.

- 73 Na interação mediada, os interagentes devem estar presentes ao mesmo tempo no mesmo espaço.
- 74 Os aplicativos para *smartphones* podem combinar-se com plataformas em redes sociais como base para o desenvolvimento de estratégias digitais de *marketing*.
- 75 A introdução da mobilidade em *smartphones* permite que as interações nas redes sociais ocorram em tempo real.

Acerca da opinião pública e seus canais de interação, julgue os itens subsequentes.

- 76 Os serviços de atendimento ao consumidor, como as atividades do *ombudsman*, são exemplos de canais de interação das empresas com o público.
- 77 No processo de desenvolvimento da opinião pública, não se deve definir nem delimitar a controvérsia.
- 78 As relações de cada público com as instituições, mediadas pelo interesse público, é o cerne das relações públicas.

Julgue os itens que se seguem, a respeito de programas de campanhas informativas e educativas e planejamentos de publicações internas e externas.

- 79 Nos veículos midiáticos, os jornalistas são obrigados a veicular o *release* na íntegra.
- 80 Os veículos de comunicação de massa produzem informação jornalística e entretenimento, mas não se enquadram como produtores de campanhas educativas.
- 81 Transmissões de utilidade pública, tais como a radiodifusão de campanhas de segurança pública no Brasil, não são obrigatórias.
- 82 Nas organizações, os quadros de aviso são destinados ao público externo.
- 83 O *press-kit* pode ser distribuído a jornalistas mediante o compromisso de que o material não seja veiculado antes de determinada data.

O Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST) realizou nesta quarta-feira, 16, na cidade de São Paulo, um conjunto de protestos para reivindicar melhorias nos serviços de telefonia móvel na periferia de São Paulo e para evitar a reintegração de posse de um terreno ocupado por cerca de duas mil famílias no Morumbi, na zona sul de São Paulo. As ações foram pacíficas e a Polícia Militar acompanhou todos os atos sem fazer intervenções. Pela manhã, um grupo de militantes ocupou as regionais das empresas de telefonia Tim e Claro, e a sede da ANATEL. Outros militantes encaminharam-se até a empresa de telefonia Oi, e um terceiro grupo posicionou-se em frente à empresa de telefonia Vivo. O MTST argumenta que o retorno das operadoras é precário, apesar de a tarifa no Brasil ser a mais alta do mundo, e exige investimentos no setor de telefonia, melhora nos serviços prestados por essas empresas e reestatização do sistema TELEBRAS, privatizado em 1998.

O Estado de S.Paulo. 16/jul/2014 (com adaptações).

Considerando o texto acima, julgue os itens a seguir.

- 84 As fontes de informação utilizadas na matéria foram o MTST, a ANATEL, a PM e as empresas de telecomunicações Tim, Claro, Oi e Vivo.
- 85 Os valores-notícia que justificam a publicação da matéria são proximidade, atualidade e notoriedade.
- 86 Essa matéria contém todos os requisitos para ser reproduzida em uma revista semanal de informações.
- 87 Para que a notícia fosse veiculada na televisão, seria conveniente a obtenção de imagens da manifestação.

Com relação às especificidades do jornalismo na Internet, julgue os itens subsequentes.

- 88 A Internet altera a relação do usuário com a temporalidade da notícia, pois convivem na rede conteúdos atualizados em tempo real e conteúdos mais antigos, fato resultante da capacidade da Internet de armazenar informações a baixo custo.
- 89 Reportagem multimídia e jornalismo público ou cidadão são exemplos de formatos jornalísticos que surgiram com a Internet.
- 90 Aplicada inicialmente a processos de criação e desenvolvimento de repositório de dados, a curadoria digital pode ser utilizada pelo consumidor de notícias como uma ferramenta de personalização do conteúdo jornalístico na Web.
- 91 No ambiente digital, os agregadores de conteúdo permitem que o usuário saiba quando acontece uma nova atualização em *blogs* e sítios em que esteja cadastrado sem que precise acessá-los para receber algum tipo de atualização.
- 92 Chama-se jornalismo *crowdfunding* a produção de conteúdo jornalístico financiado por doações de leitores a partir do julgamento que estes fazem a respeito da relevância e pertinência da cobertura de determinado assunto.
- 93 A reportagem assistida por computador (*computer-assisted reporting*) é uma técnica do jornalismo *online* que não é utilizada na produção de conteúdo para as demais mídias devido ao alto custo de sua adaptação.
- 94 Uma das inovações trazidas pela Internet é a possibilidade de organização da informação jornalística por meio de bancos de dados *online*.

Foi publicada em 14 de julho de 2014, no Diário Oficial da União, a Resolução n.º 640/2014, que regulamenta as condições de convivência entre os serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão do sistema brasileiro de televisão digital (SBTVD) e os serviços de radiocomunicação que operam na faixa de 698 MHz a 806 MHz.

O objetivo do regulamento é garantir o funcionamento dos diversos serviços de telecomunicação e de radiodifusão, além de estabelecer procedimentos de mitigação contra interferências prejudiciais, haja visto o definido pela Resolução n.º 625/2013.

Internet: <www.anatel.gov.br> (com adaptações).

Considerando a notícia acima, julgue os próximos itens com respeito ao processo de edição de notícias para a Internet.

- 95 A notícia é um bom exemplo da prática do jornalismo *open source*, em que uma instituição se comunica diretamente com o seu público sem a intermediação das mídias tradicionais.
- 96 Hipertextualidade, multimedialidade e interatividade são características do jornalismo *online* e podem ser identificadas na notícia reproduzida acima.
- 97 A reprodução da notícia em um portal de notícias não exige adaptações da linguagem usada no texto, que tem caráter genérico e é acessível ao grande público.

Acerca da produção jornalística na Internet, julgue os itens subsecutivos.

- 98 O *hashtag*, criado para indexar informações publicadas em redes sociais, é um recurso usado para promover a interatividade com o público leitor.
- 99 O Twitter, o Instagram e o Pinterest são exemplos de serviços de *microblogging*.
- 100 O conceito de *datajournalism* — jornalismo de dados — diz respeito ao uso de informações e dados armazenados em redes sociais no processo de apuração jornalística.
- 101 Para desenvolver aplicativos para dispositivos móveis com conteúdo similar à edição em papel, os jornais se inspiraram no formato da mídia eletrônica, que usa notícias curtas e imagens em movimento.
- 102 O jornalismo transmídia contempla, ao mesmo tempo e a partir de meios distintos, mídias de diferentes linguagens e narrativas voltadas a usuários de tipos diversos, graças à interatividade na recepção da mensagem.
- 103 Um dos elementos que define um *blog* como jornalístico é a credibilidade do conteúdo publicado associada diretamente à imagem do autor ou jornalista-blogueiro.

Com relação a produção e edição jornalística para impresso, rádio, TV e Internet, julgue os itens seguintes.

- 104 Em jornalismo, o gancho é a matéria que dá prosseguimento a uma cobertura já em curso.
- 105 No radiojornalismo, os termos boletim e *flash* são utilizados para designar uma breve informação, gravada ou ao vivo, transmitida por um repórter.
- 106 No jornalismo *online*, a prática do *community management* consiste na gestão das contas de um veículo jornalístico nas redes sociais, incluindo a publicação de conteúdo e o relacionamento com os públicos.
- 107 Uma nota ao vivo é uma notícia lida pelo apresentador do telejornal sem que se faça uso de imagem ou de ilustração.
- 108 Os elementos de edição utilizados no jornalismo impresso incluem o chapéu, o olho, a cabeça, a infografia e a fotolegenda.
- 109 Em TV e rádio, por meio de uma deixa, o jornalista indica o ponto da matéria em que deve ser feito um corte.

Acerca das práticas do jornalismo digital, julgue os itens a seguir.

- 110 Uma das vantagens do jornalismo participativo, modalidade em que pessoas sem formação jornalística participam ativamente da produção de conteúdos noticiosos, é possibilitar aos jornais que o praticam maior conexão com seus públicos.
- 111 Embora a Internet tenha acabado com as limitações espaciais na publicação de notícias, os valores-notícia fundamentais do jornalismo se mantêm.
- 112 Uma das práticas emergentes do novo ecossistema midiático é o *gatewatching*, que trata da função jornalística de fiscalização dos poderes por meio das tecnologias digitais.
- 113 No ecossistema midiático atual, há duas formas de relação entre os meios de comunicação e os públicos: o relacionamento unidirecional (de um para muitos), característico das mídias tradicionais; e o relacionamento bidirecional (muitos para muitos), característico da comunicação nas redes sociais.
- 114 A Web 2.0 alterou as modalidades de circulação de conteúdos na Internet por meio de ferramentas de agregação e etiquetagem, como o RSS, o *social bookmarking* e as *tags*.
- 115 Os formatos e funções associados às redes sociais na Internet se multiplicaram nos últimos anos, mas, em geral, têm como traço comum o fato de permitirem aos usuários a criação de perfis e a interação com outros usuários da mesma rede.

Acerca do impacto das tecnologias de informação e comunicação (TICs) na produção e difusão da informação na sociedade, julgue os itens que se seguem.

- 116 A adaptação à lógica das TICs exige do profissional de comunicação, além do domínio das ferramentas técnicas, uma mudança cognitiva e de cultura profissional e organizacional.
- 117 Em jornalismo, o termo convergência refere-se a processos distintos: a reorganização da estrutura das redações jornalísticas; a produção de matéria para diferentes suportes por um mesmo jornalista; e a adaptação e distribuição de um conteúdo em diferentes plataformas.
- 118 O advento das redes sociais alterou as relações dos jornalistas com os públicos, mas teve um impacto reduzido nos processos de apuração e redação da notícia nas mídias tradicionais.
- 119 As TICs impactaram os sistemas midiáticos nacionais de modo a permitir a emergência de novos veículos e reverter o processo de concentração da propriedade das empresas de mídia.
- 120 A incorporação das TICs à comunicação diminuiu o interesse da população por notícias locais e, conseqüentemente aumentou o consumo de informações internacionais, disponíveis a qualquer cidadão que tenha acesso à Internet.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova, tanto na dissertação como nas questões, faça o que se pede, usando os espaços para rascunho indicados no presente caderno. Em seguida, transcreva os textos para o **CADERNO DE TEXTOS DEFINITIVOS DA PROVA DISCURSIVA**, nos locais apropriados, pois **não serão avaliados fragmentos de texto escritos em locais indevidos**.
- Tanto na dissertação como nas questões, qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de linhas disponibilizadas será desconsiderado.
- No **caderno de textos definitivos**, identifique-se apenas no cabeçalho da primeira página, pois **não será avaliado** texto que tenha qualquer assinatura ou marca identificadora fora do local apropriado.
- Em cada parte dessa prova, ao domínio do conteúdo serão atribuídos até **10,00 pontos**, dos quais até **0,50 ponto** será atribuído ao quesito apresentação (legibilidade, respeito às margens e indicação de parágrafos) e estrutura textual (organização das ideias em texto estruturado).

DISSERTAÇÃO

Redija um texto dissertativo acerca do impacto das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, atendendo, necessariamente, ao que se pede a seguir.

- ▶ Discorra sobre o poder do consumidor na era digital no âmbito da comunicação mercadológica das empresas. [valor: 3,00 pontos]
- ▶ Justifique o uso de mídias digitais em ações de *marketing* pelas empresas no que se refere à convergência e à *crossmedia* (transmídia). [valor: 3,50 pontos]
- ▶ Dê exemplos de métricas e discorra sobre as implicações da mensuração dos resultados das ações de *marketing* em mídias digitais pelas empresas. [valor: 3,00 pontos]

RASCUNHO – DISSERTAÇÃO

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	

QUESTÃO 1

Defina governo eletrônico e discorra sobre sua importância para a boa comunicação governamental [valor: 3,00 pontos], destacando a relevância do espaço virtual no controle da transparência do governo brasileiro [valor: 3,00 pontos] e a transparência na informação como pressuposto de cidadania, participação e controle social pela comunidade [valor: 3,50 pontos].

RASCUNHO – QUESTÃO 1

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO 2

O paratexto compreende o texto como estando em íntima ligação com uma estrutura que o envolve e contribui para que tome forma, produza sentido. Este texto, segundo Genette (1987, p. 7), geralmente se apresenta reforçado por certo número de produções, verbais ou não.

A palavra paratexto é composta com o auxílio do prefixo grego *para*, designando uma modificação da palavra texto (BAILLY, 1901, P. 651). Conforme a etimologia de origem, tal prefixo indica: algo que se coloca perto de, ao lado de; receber ou apanhar qualquer coisa nas mãos de alguém. Pode ser usado para exprimir a ideia de tempo, duração. Algo que acontece paralelamente a outra coisa. Ao compor a nova palavra, sinaliza uma organização textual que se coloca ao lado de uma outra, com a qual mantém uma relação direta; não de dependência, mas de continuidade.

Edson Fernando Dalmonte. **Pensar o discurso no Webjornalismo**.
1.ª Ed. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 127, (com adaptações).

Considerando que o fragmento acima tem caráter unicamente motivador, discorra sobre os elementos que interagem com o texto produzido na Web e a herança do texto impresso, abordando, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ lógica do triângulo invertido; [valor: 3,50 pontos]
- ▶ *hiperlink* e imagem; [valor: 3,00 pontos]
- ▶ interação via comentários. [valor: 3,00 pontos]

RASCUNHO – QUESTÃO 2

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO 3

O desenvolvimento de sítios de redes sociais como uma forma organizacional não tem sido fenômeno isolado; sítios de redes sociais desenvolveram-se em uma longa história de comunicação *online*. Eles emergiram na década de 90, mas suas raízes evolucionárias tiveram origem na década de 70. Muitos sítios de redes sociais começaram como ferramentas de comunidade, sítios de bate-papo, ou sítios de comunidades. Na verdade, as fundações tecnológicas para o desenvolvimento de sítios de redes sociais podem ser rastreadas no surgimento da Internet. A ARPAnet, por exemplo, tecnologia que precedeu a Internet, era utilizada por cientistas norte-americanos como um meio de trocar mensagens no início da década de 70.

Marlene Marchiori e Ivone Lourdes de Oliveira (Orgs.). **Rede social, comunicação, organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012, p. 34, (com adaptações).

Considerando que o fragmento de texto acima tem caráter unicamente motivador, discorra sobre as características presentes nos sítios de redes sociais. Ao elaborar seu texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ criação de perfis; [valor: 3,50 pontos]
- ▶ articulação de grupos; [valor: 3,00 pontos]
- ▶ bate-papo. [valor: 3,00 pontos]

RASCUNHO – QUESTÃO 3

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	



cespeUnB

 **Cebraspe**
Centro Brasileiro de Pesquisa em
Avaliação e Seleção de Pessoal de Eventos