

**Data e horário
da prova:**

Domingo

19/01/2014

9 horas

Cargo 102 – Analista Técnico – Comunicação

INSTRUÇÕES

- Você receberá do fiscal:
 - um **caderno de questões** das **provas objetiva e discursiva** contendo 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha, com 5 (cinco) alternativas de resposta cada uma, e apenas uma alternativa correta, e 1 (uma) questão discursiva;
 - um **cartão de respostas** ótico personalizado; e
 - uma **folha de respostas da prova discursiva**.
- Verifique se a numeração das questões, a paginação do **caderno de questões** e as codificações do **cartão de respostas** ótico e da **folha de respostas da prova discursiva** estão corretas.
- Quando autorizado pelo **fiscal do IADES**, no momento da identificação, escreva no espaço apropriado do **cartão de respostas**, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

Lágrimas não são argumentos.

- Você dispõe de 4 (quatro) horas para fazer as **provas objetiva e discursiva**, devendo controlar o tempo, pois não haverá prorrogação desse prazo. Esse tempo inclui a marcação do **cartão de respostas** ótico e o preenchimento da **folha de respostas da prova discursiva**.
- Somente será permitido levar o **caderno de questões** da prova objetiva após 3 (três) horas e 30 (trinta) minutos do início das provas.
- Somente após decorrida 1 (uma) hora do início da prova, você poderá entregar seu **cartão de respostas** ótico e a **folha de respostas da prova discursiva** e retirar-se da sala.
- Após o término da prova, entregue ao fiscal do **IADES** o **cartão de respostas** e a **folha de respostas da prova discursiva** devidamente assinados.
- Deixe sobre a carteira apenas o documento de identidade e a **caneta esferográfica de tinta preta ou azul, fabricada de material transparente**.
- Não é permitida a utilização de qualquer aparelho eletrônico de comunicação. Desligue e guarde em embalagem fornecida pelo fiscal do **IADES**: máquina fotográfica; telefone celular; relógio; gravador; *bip*; receptor; *pager*; *notebook*; *tablet* eletrônico; *walkman*; aparelho portátil de armazenamento e de reprodução de músicas, vídeos e outros arquivos digitais; agenda eletrônica; *palmtop*; régua de cálculo; máquina de calcular e (ou) qualquer outro equipamento similar.
- Não é permitida a consulta a livros, dicionários, apontamentos e apostilas.
- Você somente poderá sair e retornar à sala de aplicação de provas na companhia de um **fiscal do IADES**.
- Não será permitida a utilização de lápis em nenhuma etapa da prova.

INSTRUÇÕES PARA AS PROVAS OBJETIVA E DISCURSIVA

- Verifique se os seus dados estão corretos no **cartão de respostas da prova objetiva** e na **folha de respostas da prova discursiva**. Caso haja algum dado incorreto, escreva apenas no(s) campo(s) a ser(em) corrigido(s), conforme instruções no **cartão de respostas**.
- Leia atentamente cada questão e assinale, no **cartão de respostas** ótico, uma única alternativa.
- O **cartão de respostas** ótico e a **folha de respostas da prova discursiva** não podem ser dobrados, amassados, rasurados ou manchados e nem podem conter nenhum registro fora dos locais destinados às respostas.
- A maneira correta de assinalar a alternativa no **cartão de respostas** é cobrir, fortemente, com **caneta esferográfica preta ou azul**, o espaço a ela correspondente. Marque as respostas assim: ●

QUESTÃO 31

Tomando-se como ponto de referência o programa de investigação resumido na célebre fórmula de Lasswell (1948) – “quem, diz o quê, por que canal, a quem, com que efeito?” –, pode-se dividir a história dos modernos estudos de comunicação em três períodos fundamentais. De acordo com Kurt Lang, no primeiro período da história relativa aos estudos da comunicação (de meados do século 19 até os anos 20 do século passado), estudiosos procuraram pesquisar as transformações trazidas pela Revolução Industrial, em que destacaram as mudanças na forma de comunicação pessoal e na mediatizada. Em relação a esse grupo de estudiosos, é correto afirmar que merece destaque

- (A) John Fiske, por ter apresentado um conjunto de referências provenientes da filosofia, da antropologia, da linguística, da sociologia, da psicossociologia, que explicavam a problemática comunicacional.
- (B) Weber, por ter proposto, no I Congresso de Sociólogos, em Frankfurt, em 1910, a constituição de uma sociologia da imprensa, que pode ser vista como a precursora da futura sociologia da comunicação.
- (C) Kurt Lewin, por ter alertado sobre a emergência da questão comunicacional.
- (D) Elihu Katz, por ter publicado uma obra sobre os efeitos da comunicação de massa.
- (E) Denis Mcquail, por ter apontado que a transmissão de mensagens procura produzir um determinado efeito sobre os receptores, centrando-se nas questões da eficácia e da exatidão da comunicação.

QUESTÃO 32

No contexto de uma instituição pública ou empresa, a comunicação, ou a comunicação integrada de *marketing*, assume, na realidade atual, um conjunto de novas competências que agregam a formação e a manutenção da boa imagem e a preocupação com a identidade, mediante a intensificação da venda de produtos e serviços. Com base nessa informação, assinale a alternativa correta quanto à definição de identidade corporativa.

- (A) Processo pelo qual uma instituição utiliza os elementos comunicacionais para transmitir, eficazmente, o que faz, como o faz, quem é e como pretende ser percebida pelo público.
- (B) Processo que define como a empresa se parece, ou seja, como ela é apercebida pelo público.
- (C) Elemento mais forte da instituição. É a sua representação simbólica e a de seus produtos e serviços que lhe conferem um conceito no mercado.
- (D) Forma particular como o nome da instituição ou o produto é representado graficamente.
- (E) Formato padrão que contempla as características principais da empresa e(ou) o respectivo produto.

QUESTÃO 33

Apesar da existência de muitos estudiosos antes da Segunda Guerra Mundial, a comunicação de massa não existia como campo academicamente consolidado. Considerando que a consolidação a que se referem os estudiosos, como DeFleur e Ball-Rokeach, só aconteceu com a sociologia funcionalista do pós Segunda Guerra Mundial, assinale a alternativa que indica o momento considerado mais decisivo nesse período.

- (A) Fundação da Escola de Palo Alto, em Chicago.
- (B) Fundação do Bureau of Applied Social Research, na Universidade de Colúmbia, por Paul Lazarsfeld.
- (C) Realização do I Congresso de Psicólogos e Sociólogos, em Berlim.
- (D) Publicação de uma compilação sobre as origens dos estudos de comunicação.
- (E) Surgimento do *mass communication research* como termo acadêmico.

QUESTÃO 34

Considerando Rego (2004), em *Comunicação empresarial/comunicação institucional* (1986), assinale a alternativa que apresenta os veículos que possuem poucas páginas, linguagem média, embora possam atingir níveis baixos, textos que podem se equilibrar com fotos, logotipo definido, geralmente impresso em uma só cor, podendo conter matérias de interesse do público externo, dependendo do objetivo estabelecido.

- (A) Relatórios.
- (B) Circulares.
- (C) Boletins.
- (D) Folhas soltas.
- (E) *Folders*.

QUESTÃO 35

Segundo Marchiori (2006), o público interno busca colaborar com a empresa, mas, muitas vezes, faltam incentivos de participação, gerando desmotivação e transformando os funcionários em força negativa. Com base nisso, para uma eficiente comunicação interna e para selecionar as linguagens e os canais mais adequados, é fundamental

- (A) estudar o público por meio de pesquisas e auditorias que levantarão a cultura da organização e os pontos fortes e fracos.
- (B) inserir um veículo de comunicação padrão para cada tipo de público.
- (C) elaborar um planejamento de comunicação, que atenda às expectativas de todos os grupos.
- (D) ampliar a distribuição de brindes para motivar os funcionários de uma empresa, por exemplo.
- (E) distribuir pesquisas de opinião que indicarão, precisamente, o que deve ser feito com relação à comunicação.

QUESTÃO 36

A pesquisa de opinião pública é uma ferramenta eficaz para identificar problemas, buscar soluções e detectar com precisão posições e tendências dos diversos segmentos sociais. Assinale a alternativa que indica o tipo de método que se caracteriza por estudos aprofundados e detalhados, aplicados tanto em campanhas políticas como na construção da imagem de gestores públicos ou em abordagens de tendências sociais em geral.

- (A) Avaliação de administrações públicas e privadas.
- (B) Pesquisas *ad hoc*.
- (C) Pesquisas dedutivas.
- (D) Pesquisas de estratégia política.
- (E) Pesquisas qualitativas.

QUESTÃO 37

Considerando que o jornalismo na *web* é algo relativamente novo, com pouco mais de uma década de funcionamento, e com base em Ferrari (2004), assinale a alternativa correta.

- (A) O jornalismo digital abre inúmeras possibilidades midiáticas – enquete (pesquisa de opinião com o leitor), bate-papo digital, vídeos e áudios – mas, em contrapartida, não admite reportagens completas e o uso de textos-legenda em fotos, recurso predominante só no jornal impresso, ainda.
- (B) O jornalismo digital cria uma nova linguagem que limita os fluxos informacionais, em razão da presença de *hiperlinks* em excesso.
- (C) No jornalismo digital, o hipertexto não permite a expressão de conteúdo como nas demais formas de jornalismo.
- (D) O jornalismo digital não é a alternativa mais viável para a comunicação, quando se trata de um público crítico.
- (E) Ao difundir notícias de forma navegacional, possibilitando diferentes rotas de leitura, o jornalismo digital busca opiniões diversas e a fidelização de distintos públicos.

QUESTÃO 38

Assinale a alternativa que apresenta a uma forma correta de disponibilizar e distribuir *releases* pela internet.

- (A) Deixar visível, no *site* da instituição, um *link* para a página de *press releases*, intitulada “imprensa”, “notícias” ou outro termo dedutível. O importante é que seja apenas um *link*, em um local específico, para facilitar o acesso do leitor.
- (B) Incluir uma lista completa de possíveis contatos para a imprensa, com *e-mail*, telefone, fax e endereço.
- (C) Manter um banco de dados de *releases*, imagens, áudios, vídeos e o que mais for produzido pela assessoria, para que os jornalistas possam consultar. O inconveniente desse recurso é que o acesso às informações é pago.

- (D) Dispor os *releases* no *site* da instituição, mas em PDF, de forma que eles não sejam copiados ou plagiados.
- (E) Elaborar um sistema de *newsletter*. Contudo, esse sistema obriga o jornalista a se cadastrar por tempo indeterminado.

QUESTÃO 39

O setor de responsabilidade social, se vinculado ao de relações públicas e(ou) assessoria de imprensa, pode desenvolver ações específicas junto à comunidade, como, por exemplo, política de portas abertas, reuniões com líderes da comunidade, entre outras. Considerando que algumas empresas, apesar de realizarem essas ações, não conseguem usufruir totalmente dos benefícios que tais atividades poderiam proporcionar, assinale a alternativa que indica a causa pela qual esse fato ocorre.

- (A) A comunicação entre os integrantes da empresa é falha, não desenvolvem um planejamento específico para a área e investem em ações sem mensurar seus resultados.
- (B) Não são destinadas verbas suficientes para projetos de responsabilidade social.
- (C) As empresas não acreditam na imagem positiva da organização, com ações voltadas para as transações comerciais e sociais.
- (D) As empresas não estabelecem regras para a transparência das informações levadas aos públicos da organização.
- (E) O poder de aceitação, por parte do público-alvo, é subestimando.

QUESTÃO 40

A popularização da internet facilitou o envio de comunicados por correio eletrônico (*e-mail*), aumentando consideravelmente o uso desse recurso. Alguns críticos apontam o esvaziamento da apuração no jornalismo e um crescimento indevido do poder das assessorias de imprensa, que são causados pela(o)

- (A) confiança exacerbada nas informações passadas, sem contestação por parte dos jornalistas.
- (B) excesso de fontes não confiáveis, o que dificulta a checagem do material recebido.
- (C) maior número de *releases*, advindos de instituições que conservam o jornalismo institucional.
- (D) aumento da prática de publicar *releases* integralmente ou quase inalterados, por parte dos jornalistas, e pelo enxugamento excessivo de jornalistas dos veículos de comunicação que, sobrecarregados, utilizam o trabalho das assessorias cada vez mais.
- (E) imparcialidade não mais existente na divulgação das notícias, aliada ao sensacionalismo que é o que vende mais.

QUESTÃO 41

Leia a notícia a seguir.

SP concentra 10 dos 30 melhores colégios do País no Enem 2012

Quatro novas escolas entram no top 10 do Enem em São Paulo

São Paulo é o estado brasileiro que concentra o maior número de colégios entre as escolas com o melhor desempenho no Enem 2012. Das primeiras 30 colocadas no *ranking*, 10 são paulistas. Em seguida, estão Rio de Janeiro e Minas Gerais, ambos com sete colégios.

Dados apresentados ontem pelo Ministério da Educação mostram que a lista dos 10 melhores colégios de São Paulo no Enem conta agora com quatro novos colégios: Santa Cruz, Santo Américo, Liceu Pasteur e Ítaca.

A comparação refere-se ao desempenho das escolas da edição 2011 para a de 2012 da prova que avalia os alunos formandos no ensino médio.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2013/11/1376748-sp-concentra-10-dos-30-melhores-colegios-do-pais-no-enem-2012.shtml>>. Acesso em: 23/12/2013, com adaptações.

Com base na notícia apresentada, é correto afirmar que

- (A) o título estaria melhor redigido se SP estivesse escrito por extenso, atendendo, assim, às normas de redação jornalística.
- (B) subtítulo é o título secundário colocado imediatamente após o título principal, composto, usualmente, de letras grandes, mas sempre de corpo menor que o dos caracteres usados no título.
- (C) o antetítulo serve para completar o sentido ou dar outras informações ao título, utilizando letras menores que as do título.
- (D) “Quatro novas escolas entram no top 10 do Enem em São Paulo” é o subtítulo, também chamado de sub-retranca.
- (E) a retranca é o texto destacado em um *box* no interior da matéria (fixado em uma das colunas, no caso do jornal impresso).

QUESTÃO 42

De acordo com Sônia Ambrósio de Nelson, em *A reconfiguração da mídia e da cultura*, a internet causa um grande impacto em todos os níveis de informação, principalmente no webjornalismo, porque disponibiliza um jornalismo alternativo e diferente dos veículos tradicionais e permite a participação do cidadão no processo de tratamento da informação. Surge, então, uma nova forma de produção jornalística, na qual o público participa e dá outra dinâmica às rotinas das redações, elaborando o que se convencionou chamar de jornalismo

- (A) comunitário ou mediático.
- (B) comunitário ou corporativo.
- (C) social ou participativo.
- (D) colaborativo ou cidadão.
- (E) multimídia ou cidadão.

QUESTÃO 43

No mundo corporativo, há uma discussão frequente entre o fim do *house organ* impresso e o surgimento do boletim eletrônico, o *newsletter*. Evidencia-se o surgimento de outro canal de comunicação, o virtual, mas ainda há público para a comunicação impressa; tanto é verdade que as empresas estão investindo em outro novo segmento. Assinale a alternativa que apresenta e descreve corretamente esse segmento.

- (A) O *costumer publish*, ou seja, a customização, a edição de uma revista interna da empresa, com assuntos variados, impressa em papel de qualidade, com produção e visual caprichados e distribuída a um público pré-selecionado, que inclui diretores, acionistas, formadores de opinião, clientes, funcionários e até mesmo um *mailing* segmentado, que permite a impressão de grandes números.
- (B) O *hard news*, informativo diário, de uma página, voltado para um público segmentado.
- (C) A *primer news*, cartilha com um mínimo de 15 páginas, com histórico, dados técnicos, objetivos e notícias sobre projetos da instituição.
- (D) O *clipping* impresso, com resumo de notícias principais e secundárias do nicho da instituição.
- (E) O *print news*, espécie de folheto semanal ou mensal, com editorial, opinião e editoriais diversas, distribuído internamente e externamente.

QUESTÃO 44

Jornalistas, blogueiros e comunidades em redes sociais geram um alto e crescente volume de conteúdo. Tendo em vista que acompanhar e controlar todas as notícias é essencial para a diferenciação no mercado, é correto afirmar que a ferramenta de análise de mídia

- (A) é importante no gerenciamento da imagem das corporações, especificamente em casos de gerenciamento de crise.
- (B) auxilia os gestores nos processos de tomada de decisões gerais, sem muita importância no dia a dia.
- (C) permite analisar um perfil quantitativo da cobertura da imprensa sobre os clientes, mas deixa a desejar no perfil qualitativo dessa mesma cobertura.
- (D) ajuda a entender o impacto da notícia em locais específicos.
- (E) tem como foco a comunicação organizacional, ao aumentar o vínculo entre gestor e público interno.

QUESTÃO 45

Com relação à comunicação corporativa, assinale a alternativa que apresenta um tipo de monitoramento de análise de mídia, com notícias selecionadas, classificadas e entregues, conforme as necessidades e o *briefing* do cliente.

- (A) Relatório.
- (B) *Desktop publishing*.
- (C) *Clipping*.
- (D) *Mailing list*.
- (E) *Press-kit*.

QUESTÃO 46

A reportagem quase sempre deriva de uma notícia e pode ser concebida de diferentes formas. Quanto à reportagem de ação, é correto afirmar que

- (A) consiste na descrição objetiva de um fato. Os acontecimentos são narrados em sucessão, a partir de uma ordem de importância, segundo a forma da pirâmide invertida.
- (B) faz um relato documentado, o qual possui declarações que ajudam a esclarecer o assunto abordado. Por aproximar-se da pesquisa, assume características de cunho pedagógico. Muito comum no jornalismo impresso, é utilizada também na televisão e no cinema.
- (C) é o relato que possui um certo movimento e se inicia sempre pelo fato mais atraente para depois descrever detalhes. Busca envolver o leitor e(ou) telespectador em sua descrição. Em muitas situações, o repórter participa da narrativa, deixando de ser apenas um observador.
- (D) particulariza a ação, escolhendo um personagem para ilustrar o tema que pretende desenvolver. Pode ser, também, uma reportagem que se detém mais em situações fortuitas e flagrantes do cotidiano, conduzindo a narrativa de forma impressionista, por meio de um narrador em posição observadora ou reflexiva.
- (E) é a compilação de textos já publicados em jornais ou trabalho feito para livro, mas concebido a partir de textos jornalísticos.

QUESTÃO 47

Considerando que a precisão das palavras contribui diretamente para a clareza das ideias e a objetividade do texto, assinale a alternativa que apresenta uma orientação para a redação de um texto objetivo, com a respectiva justificativa.

- (A) Os números são, geralmente, muito abstratos para os leitores. Logo, podem ser retirados do texto sem causar prejuízo ao entendimento.
- (B) O redator deve sempre preferir a generalização para facilitar a leitura e a compreensão por parte do leitor; detalhes demais não tornarão o texto mais atraente.
- (C) Como regra geral, o redator deve ser específico, deve definir e se utilizar do fato. Por exemplo, precisa escolher bem o substantivo e adjetivar, pois os adjetivos sempre enriquecem o relato.
- (D) A articulação do texto deve ocorrer em torno dos verbos. Ou seja, deve-se dar preferência ao uso de gerúndios e de locuções verbais.
- (E) Escolha de palavras concretas: algumas palavras são mais específicas que outras e expressam melhor o que se quer relatar.

QUESTÃO 48

A clareza é um elemento essencial da linguagem jornalística e a construção de períodos curtos contribui para a objetividade do texto. Considerando essa informação, assinale a alternativa que indica uma orientação para se redigir frases curtas e (ou) textos concisos.

- (A) Evitar artigos definidos, pois eles tornam o substantivo vago.
- (B) Evitar os pronomes demonstrativos, uma vez que eles tornam a frase ambígua.
- (C) Escolher o verbo adequado, evitando o excesso de texto, visto que o verbo influencia no relato da ação.
- (D) Substituir os pronomes possessivos por artigos definidos (o, a), que deixam a frase mais leve.
- (E) Usar o pronome “todos” em quase todas as situações, pois, ao generalizar, simplifica-se.

QUESTÃO 49

Segundo Maria Helena Ferrari e Muniz Sodré (1986), em *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*, “a reportagem é o lugar por excelência da narração jornalística”. Fundamentada, sobretudo, na predominância da forma narrativa, a reportagem possui outros elementos relevantes, que são o(a)

- (A) detalhamento de informações e dados numéricos (quando houver); a versatilidade na narração ou descrição dos fatos; e a subjetividade, característica presente nas reportagens, principalmente na abordagem de assuntos polêmicos.
- (B) descrição precisa para ilustrar com perfeição o acontecimento; a emotividade carregada de depoimentos e testemunhas que completem a reportagem; e a objetividade, como um estilo direto e conciso, que mantém o máximo de distanciamento possível.
- (C) distanciamento do leitor, mantido pela objetividade do texto ou reportagem; a atualidade que garante o “furo” da matéria; e a verdade isenta de julgamentos.
- (D) homogeneidade dos fatos expostos na reportagem; a proximidade com o leitor/expectador, com foco sempre na emoção; e a avaliação feita pela pesquisa de mídia.
- (E) humanização no relato dos fatos, pois gera identificação com as personagens na narrativa; a natureza impressionista do relato que aproxima público e acontecimento; e a objetividade, como um estilo direto e conciso, que mantém o máximo de distanciamento possível. Possível, porque não se pode falar em objetividade total, uma vez que, mesmo tentando se isentar de opiniões, o jornalista é influenciado por seus valores e pelo contexto socioeconômico em que vive.

QUESTÃO 50 _____

Assinale a alternativa que apresenta um recurso muito empregado no jornalismo *on line*, que se trata de termos reconhecidos pelo HTML, que determinam o que representam os comandos presentes entre a respectiva abertura e o fechamento, conhecidos também como palavras-chave que servem de referência para que um conteúdo seja encontrado na internet.

- (A) *Hiperlink.*
- (B) *Teaser.*
- (C) *DPI.*
- (D) *Tag.*
- (E) *Feature.*

Área livre

PROVA DISCURSIVA

Orientações para a elaboração do texto da prova discursiva.

- A prova discursiva consiste na elaboração de um texto dissertativo.
- A prova discursiva deverá ser manuscrita, em letra legível, com caneta esferográfica de tinta azul ou preta, fabricada de material transparente.
- A **folha de texto definitivo** da prova discursiva não poderá ser assinada, rubricada e não deverá conter, em outro local que não o apropriado, nenhuma palavra ou marca que a identifique, sob pena de anulação da prova discursiva.
- A detecção de qualquer marca identificadora no espaço destinado à transcrição de texto definitivo acarretará anulação da prova do candidato.
- A **folha de texto definitivo** é o único documento válido para a avaliação da prova discursiva.
- O espaço para rascunho, contido no caderno de provas, é de preenchimento facultativo e não valerá para avaliação da prova discursiva.
- O texto deverá ter extensão mínima de 20 (vinte) linhas e máxima de 40 (quarenta) linhas, com base no tema apresentado.

Leia, com atenção, o texto a seguir.

Perfil do jornalismo com o advento das novas tecnologias!

A internet promove a junção entre meio de acesso interpessoal e meio de comunicação.

A rede mundial de computadores liga (conecta) as pessoas e também é jornal.

Ela é telefone e televisão. É áudio e vídeo.

É imagem estática, como a fotografia, e imagem em movimento, como um filme.

Ela fornece as notícias do dia e, ao mesmo tempo, tornou-se tão essencial à vida das pessoas quanto o telefone ou a eletricidade.

BASILE, Juliano. *Adaptações do jornalismo em tempo de novas tecnologias.*
(Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação. Faculdade de Comunicação.
Universidade de Brasília, 2009, com adaptações.

Considerando que o texto apresentado tem caráter unicamente motivador, redija um texto dissertativo, abordando, necessariamente, os seguintes tópicos:

- a) o impacto da internet como nova tecnologia no âmbito da comunicação organizacional;
- b) o perfil do jornalismo no cenário tecnológico; e
- c) os desafios para a utilização positiva da internet como tecnologia de comunicação.

Área livre – Rascunho na página seguinte

Rascunho

1	
5	
10	
15	
20	
25	
30	
35	
40	