

PROCESSO SELETIVO

VAGAS RESIDUAIS 2011

UFBA



14

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
MARKETING CULTURAL
REDAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAD

SSOA – Rua Dr. Augusto Viana, 33 – Canela – Cep. 40110-160 – Salvador Ba
Telefax (71) 3283-7820 – ssoa@ufba.br
www.vagasresiduais.ufba.br

INSTRUÇÕES

Para a realização das provas, você recebeu este Caderno de Questões, uma Folha de Respostas para as Provas I e II e uma Folha de Resposta destinada à Redação.

1. Caderno de Questões

- Verifique se este Caderno de Questões contém as seguintes provas:
Prova I: TEORIAS DA COMUNICAÇÃO — Questões de 01 a 35
Prova II: MARKETING CULTURAL — Questões de 36 a 70
Prova de REDAÇÃO
- Qualquer irregularidade constatada neste Caderno de Questões deve ser imediatamente comunicada ao fiscal de sala.
- Nas Provas I e II, você encontra apenas um tipo de questão: objetiva de proposição simples. Identifique a resposta correta, marcando na coluna correspondente da Folha de Respostas:

V, se a proposição é verdadeira;

F, se a proposição é falsa.

ATENÇÃO: Antes de fazer a marcação, avalie cuidadosamente sua resposta.

LEMBRE-SE:

- A resposta correta vale 1 (um), isto é, você **ganha** 1 (um) ponto.
- A resposta errada vale -0,5 (*menos* meio ponto), isto é, você **não ganha** o ponto e ainda **tem descontada**, em outra questão que você acertou, essa fração do ponto.
- A ausência de marcação e a marcação dupla ou inadequada valem 0 (zero). Você **não ganha nem perde** nada.

2. Folha de Respostas

- A Folha de Respostas das Provas I e II e a Folha de Resposta da Redação são pré-identificadas. Confira os dados registrados nos cabeçalhos e assine-os com caneta esferográfica de **TINTA PRETA**, sem ultrapassar o espaço próprio.
- **NÃO AMASSE, NÃO DOBRE, NÃO SUJE, NÃO RASURE** ESSAS FOLHAS DE RESPOSTAS.
- Na Folha de Respostas destinada às Provas I e II, a marcação da resposta deve ser feita preenchendo-se o espaço correspondente com caneta esferográfica de **TINTA PRETA**. Não ultrapasse o espaço reservado para esse fim.

Exemplo de Marcação
na Folha de Respostas

01	☐	☒	F
02	☒	☐	V
03	☒	☐	V
04	☐	☒	F
05	☒	☐	V

- O tempo disponível para a realização das provas e o preenchimento das Folhas de Respostas é de 4 (quatro) horas e 30 (trinta) minutos.
-

ESTAS PROVAS DEVEM SER RESPONDIDAS PELOS CANDIDATOS
AO SEGUINTE CURSO:

- COMUNICAÇÃO — PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO
E CULTURA

PROVA I — TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

QUESTÕES de 01 a 35

INSTRUÇÃO:

Para cada questão, de **01** a **35**, marque na coluna correspondente da Folha de Respostas:

V, se a proposição é verdadeira;

F, se a proposição é falsa.

A resposta correta vale 1 (um ponto); a resposta errada vale -0,5 (*menos* meio ponto); a ausência de marcação e a marcação dupla ou inadequada valem 0 (zero).

QUESTÕES de 01 a 03

Uma teoria é um sistema de enunciados, um corpo organizado de ideias sobre a realidade ou sobre um certo aspecto da realidade. [...] Uma teoria sem prática é pura abstração; só a prática é fundadora – é ela que problematiza, instiga, coloca questões. O homem teoriza não apenas porque pensa, mas porque sente, age, se relaciona.

Mas a ação no mundo separada da teoria é ação animalizada e não humana. [...] Fenômeno empírico com tantas facetas, a comunicação suscita múltiplos olhares; é um objeto complexo que apresenta recortes passíveis de serem investigados por várias disciplinas. De tal maneira que aquilo que chamamos de “teoria da comunicação”, principalmente nos seus primórdios, apresenta-se como um corpo heterogêneo, descontínuo e mesmo incipiente de proposições e enunciados sobre a comunicação, fruto de investigações oriundas das mais diversas filiações (sociologia, antropologia, entre outras) — cada uma refletindo o olhar específico e o instrumental metodológico de sua disciplina de origem. (FRANÇA. In: HOHLFELDT et al. (Org.), 2008, p. 45-50).

Sobre as **teorias da comunicação** e os aspectos abordados no texto, pode-se afirmar:

Questão 01

Essas teorias representam modelos explicativos e interpretativos dos fenômenos da comunicação social (aspectos sociais, econômicos, políticos, cognitivos e estéticos), desvinculados da realidade concreta e autônomos no domínio da reflexão.

Questão 02

O objeto do conhecimento “comunicação” carrega uma inata polissemia, podendo ser investigado por diferentes campos das ciências.

Questão 03

A *communication research*, tradicionalmente, tem um caráter homogêneo, percorrido por escolas, abordagens e correntes que convergem para os estudos de recepção.

QUESTÕES 04 e 05

Sobre a **Teoria de Transições** na comunicação, pode-se afirmar:

Questão 04

Postula que as diferentes etapas do desenvolvimento humano estão intimamente relacionadas ao modo como o homem soube compartilhar, registrar e difundir as trocas econômicas.

Questão 05

Os seres humanos, ao dominar os sistemas simbólicos, puderam analisar, classificar, abstrair, partilhar e difundir significados, elementos vitais para sua sobrevivência na sociedade.

QUESTÕES de 06 a 09

Sobre a **Teoria Hipodérmica**, é correto afirmar:

Questão 06

Nascida nos anos 70, essa teoria surgiu na tradição da pesquisa empírica e defendia os efeitos, a longo prazo, dos *mass media*.

Questão 07

Foi influenciada pela **teoria crítica**, sobretudo pela obra *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer.

Questão 08

Postulava que as mensagens dos *media* são recebidas de modo invariável pelo público, tornando impossível a ocorrência de respostas individuais e não previstas.

Questão 09

Emergiu das experiências com regimes totalitários na primeira metade do século XX, e suas conclusões estão diretamente ligadas ao uso da propaganda como arma de guerra.

QUESTÕES de 10 a 13

A “teoria” dos meios de comunicação resultantes dos estudos psicológicos experimentais consiste, sobretudo, na revisão do processo comunicativo entendido como uma relação mecanicista e imediata entre estímulo e resposta, o que torna evidente, pela primeira vez na pesquisa sobre os *mass media*, a complexidade dos elementos que entram em jogo na relação entre emissor, mensagem e destinatário.

[...]

O “coração” da teoria sobre *mass media* ligada à pesquisa sociológica de campo consiste, de fato, em associar os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que esses processos se realizam. (WOLF, 1992, p. 28 e 40).

Considerando-se as observações de Mauro Wolf, pode-se afirmar:

Questão 10

A perspectiva da pesquisa empírico-experimental leva em conta certas variáveis no processo comunicativo, como o interesse do público em receber informações, a seleção dos *media*, das mensagens e dos públicos, a autoridade do comunicador e a ordem da argumentação.

Questão 11

Os efeitos que os meios de comunicação de massa exercem sobre os destinatários são ilimitados, para a pesquisa empírico-experimental.

Questão 12

A abordagem sociológica de campo apoia a tese de que laços familiares, amigos, colegas de trabalho e outros exercem uma forte influência no comportamento ligado à comunicação de massas.

Questão 13

Katz e Lazarsfeld, em um estudo intensivo sobre as campanhas eleitorais nos anos 30 do século passado, demonstraram o fluxo contínuo do processo comunicativo guiado, exclusivamente, pelos *mass media*.

QUESTÕES de 14 a 17

A nossa análise da comunicação tratará das especializações que acarretam certas funções, entre as quais podemos distinguir claramente as seguintes: 1) a vigilância sobre o meio ambiente; 2) a correlação das partes da sociedade em resposta ao meio; 3) a transmissão da herança social. (LASSWELL. In: COHN (org.), 1987, p. 106).

A análise do texto e os conhecimentos sobre a **Teoria Funcionalista** permitem afirmar:

Questão 14

Essas funções, para Lasswell, seriam inerentes aos meios de comunicação de massa e independentes da estrutura e do funcionamento da sociedade.

Questão 15

O clássico esquema de Lasswell (Quem? Diz o quê?, Em que Canal? Para quem?, Com que efeito?) influenciou outra tradição dominante de pesquisa em comunicação, a saber, a Teoria Matemática da Informação.

Questão 16

Para a **corrente funcionalista**, uma das consequências sociais da exposição aos *mass media* é a denominada “disfunção narcotizante”, que tem como pressuposto a **inércia** e a **apatia social**, substitutivos da ação.

Questão 17

Os meios de comunicação, segundo a *hipótese de usos e gratificações*, não exercem qualquer contribuição para a continuidade da ordem social, nem satisfazem quaisquer necessidades humanas, uma vez que são manipulados por instrumentos poderosos e inibem a formação de novos grupos sociais.

QUESTÕES 18 e 19

[...] McLuhan também chamou atenção para **como** experienciamos o mundo, não para **o que** experienciamos [...]. Cada novo media transcende as fronteiras de experiências alcançadas pelos anteriores e contribui para as mudanças futuras. (McQUAIL, 2003, p. 109).

A partir da leitura desse fragmento e dos conhecimentos sobre as teses de McLuhan, é correto afirmar:

Questão 18

O canadense Marshall McLuhan distanciou-se de uma visão predominante nos estudos da comunicação de massa, ou seja, daqueles estudos que privilegiavam as análises de conteúdo ao defender a tese de que o “meio” é a “mensagem”.

Questão 19

A concepção de *meio*, para McLuhan, era restrita aos meios de comunicação de massa, como a televisão, considerada como um meio quente e não participativo.

QUESTÕES de 20 a 23

[...] A indústria cultural sorri: torna-te aquilo que és; e sua mentira consiste precisamente na confirmação e consolidação repetitivas do simples ser-assim, daquilo a que o andamento do mundo reduziu os homens. Tanto mais convincentemente ela pode apontar que a culpa não cabe ao assassino, mas ao morto: que ela ajude a trazer à luz aquilo que de qualquer forma está no homem. (ADORNO. In: COHN (Org.), 1987, p. 352).

A análise do texto e os conhecimentos acerca da **Teoria Crítica da Comunicação** permitem afirmar:

Questão 20

Essa teoria certificava a ideia de que os meios de comunicação de massa são poderosos mecanismos de manipulação conformadores da sociedade capitalista.

Questão 21

O americano Robert K. Merton, que anunciava que o bom uso da televisão levaria à emancipação das sociedades, foi um de seus principais porta-vozes.

Questão 22

O conceito de indústria cultural, desenvolvido no âmbito da chamada Escola de Frankfurt, postulava que os bens culturais se orientam segundo o princípio de sua comercialização, motivada pelo lucro e, também, por seus valores simbólicos.

Questão 23

Walter Benjamim não partilhava da visão de Adorno e Horkheimer sobre os efeitos essencialmente negativos da agregação entre arte e técnica e confiava no caráter revolucionário do cinema.

QUESTÕES de 24 a 28

Sobre a **Teoria Matemática da Comunicação**, é correto afirmar:

Questão 24

Essa teoria priorizou a comunicação como um ato de partilha de sentido, entre a fonte e o destinatário.

Questão 25

Um modelo desenvolvido por engenheiros das telecomunicações e inspirado pelos esquemas de transmissão de energia provindos da Física, pretendia resolver os problemas da comunicação, não só no nível técnico, mas também no nível semântico.

Questão 26

Essa teoria dava mais importância à aceção da comunicação como “transformação” do que como “transferência” de informação.

Questão 27

A Teoria Matemática da Comunicação predominou, durante muito tempo, como o paradigma mais influente e o mais empregado na *communication research*.

Questão 28

O **modelo semiótico francês** abraçou a Teoria da Informação e tratou como irrelevante o problema da significação, no processo comunicativo humano.

QUESTÕES de 29 a 31

Sobre os **estudos culturais**, é correto afirmar:

Questão 29

No seu campo de interesses, estão as práticas socialmente partilhadas, portanto, é reservada à cultura uma ação relevante que extrapola os determinismos econômicos.

Questão 30

O comportamento do público diante dos *mass media* é guiado, unicamente, por fatores culturais.

Questão 31

Os estudos culturais acentuam a natureza complexa, viva e dialética das criações culturais coletivas em que os meios de comunicação estão inseridos.

QUESTÕES de 32 a 35

Será que essas novas tecnologias se adequam à antiga definição de meios de comunicação de massa? Certamente não, se levarmos em consideração o sentido que o dicionário dá ao termo. Mídia de massa, historicamente, significa produtos de informação e entretenimento centralmente produzidos e padronizados, distribuídos a grandes públicos através de canais distintos. Os novos desafiantes eletrônicos modificam todas essas condições. (DIZARD, 2000, p. 23).

Com base na análise do texto e nos conhecimentos sobre as **novas tecnologias da comunicação**, pode-se afirmar:

Questão 32

Dentre os aspectos fundamentais para compreender as novas tecnologias da comunicação estão a digitalização (texto, imagem e som), a descentralização do poder hegemônico dos meios de comunicação de massa e a convergência entre mídias.

Questão 33

Os níveis de autonomia e privacidade da recepção e de interatividade entre o meio da comunicação e o sujeito são algumas variáveis que distinguem as novas mídias das mídias tradicionais.

Questão 34

Os meios de comunicação de massa tradicionais estão sendo desafiados por novos modos de coletar, armazenar e transmitir informação.

Questão 35

O hipertexto é uma estrutura linear, que alberga diversas mídias num fluxo unidirecional a que se somam textos, imagens e sons.

PROVA II — MARKETING CULTURAL

QUESTÕES de 36 a 70

INSTRUÇÃO:

Para cada questão, de **36 a 70**, marque na coluna correspondente da Folha de Respostas:

V, se a proposição é verdadeira;

F, se a proposição é falsa.

A resposta correta vale 1 (um ponto); a resposta errada vale –0,5 (*menos* meio ponto); a ausência de marcação e a marcação dupla ou inadequada valem 0 (zero).

QUESTÕES 36 e 37

O aprimoramento dos meios de transporte, unido ao incremento das mídias, em especial aquelas que funcionam em rede, contribuiu para a intensificação, no mundo contemporâneo, da circulação de pessoas, objetos, ideias, sensibilidades e valores, alterando profundamente os modos e estilos de vida e suas dimensões culturais. A “revolução dos transportes” de locomoção (trens, navios a vapor, carros, elevadores, aviões etc.) permitiu a expansão do território urbano, o crescimento das cidades e a emergência das metrópoles. A “revolução das comunicações” possibilitou o nascimento das cidades-mundiais. As culturas urbanas se afirmaram por contraste às culturas rurais. A mudança de valores sociais, dado essencial da cultura, tornou-se pronunciado componente da cultura contemporânea. Novos mundos, estilos de vida, valores: nova cultura. (RUBIM, [2009], p. 6-7).

A partir da análise do texto e dos conhecimentos sobre transporte, pode-se afirmar:

Questão 36

A “revolução dos transportes” — que permitiu a expansão do território urbano, o crescimento das cidades e a emergência das metrópoles — e a “revolução das comunicações” — que, de certo modo, reduziu as distâncias — facilitaram e ampliaram as migrações, bem como a circulação de bens materiais e simbólicos, criando um novo ambiente para cultura não só com potencialidades, mas também, com muitas inquietações.

Questão 37

A dinâmica trazida pelas “revoluções” dos transportes e das comunicações foi responsável pelo estabelecimento de relações entre estilos de vida e valores sociais espalhados pelo mundo, trazendo para a ordem do dia as discussões sobre a diversidade cultural.

Questão 38

A política cultural é composta por um conjunto de formulações e ações desenvolvidas ou a serem implementadas, definidas pelo Estado, não sendo necessário considerar os atores estatais e particulares envolvidos.

Questão 39

A discussão sobre **diversidade cultural** tornou-se cada vez mais necessária, num mundo cada vez mais global, sendo que, nessas discussões, não há uma preocupação com a preservação e a manutenção dessa diversidade.

Questão 40

A organização de um evento denominado Amostra de Bandas de Garagem requer do produtor cultural uma série de providências, que vão da concepção de um projeto para captação de recursos via leis de incentivos, preferencialmente, a outras de ordem prática, como definição de local para apresentações, divulgação e critério de seleção para as bandas que participarão da referida amostra.

Questão 41

O mercado cultural mundial movimenta elevada soma de recursos, unicamente através da venda direta de produtos ao consumidor, já que não há programas governamentais de manutenção e desenvolvimento artístico-cultural.

Questão 42

Na atividade cultural, existem duas áreas distintas, a de **produção cultural** e a de **promoção cultural**, sendo que essa última trabalha com as variáveis técnicas que envolvem desde questões de oferta e demanda de produtos até o perfil e o comportamento do consumidor.

QUESTÕES de 43 a 46

A cultura deixou de ser exclusivamente um conjunto de valores, costumes e normas de convivência ligadas a uma tradição particular, a uma língua e a um território. Em tempos de capitalismo avançado, a cultura se desterritorializou e destradicionalizou, isto é, converteu-se num repertório de signos e símbolos produzidos tecnicamente (segundo interesses particulares) e difundidos planetariamente pelos meios de informação. (CASTRO-GOMÉZ, 2003, p. 67).

Sobre **cultura**, e tomando-se como base o texto, é correto afirmar:

Questão 43

Na segunda metade do século XIX e início do século XX, foi intenso o fluxo migratório do continente europeu para a América, sendo que essa cultura adentrou o continente americano de forma permanente, porém, na contemporaneidade, os fluxos migratórios ocorrem de forma diferente, pois são temporários, já que o migrante, hoje, continua em contato permanente com seu território de origem, graças à dinâmica dos sistemas de transporte e tecnologias de informação e comunicação.

Questão 44

A pobreza, as condições de trabalho, a moradia e a alimentação inadequadas — além de problemas comunicacionais e culturais agravados pelo difícil acesso aos cuidados de saúde e educação — trazem sérios danos a saúde física e psíquica dos migrantes.

Questão 45

A Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura — Unesco — não tem, dentre as suas políticas, uma preocupação com o acolhimento aos povos migrantes e o respeito à diversidade cultural.

Questão 46

Os conflitos existentes em função de códigos culturais, contraditórios e incompreensíveis são, hoje, facilmente superáveis graças à globalização.

Questão 47

A indústria audiovisual — que engloba cinema, vídeo, televisão e as novas mídias — é o setor de produção cultural contemporânea que mais tem penetração entre os povos latino-americanos, graças a importantes festivais realizados no Brasil.

Questão 48

A atividade cultural busca viabilizar e dar concretude aos produtos e eventos oriundos do processo de imaginação e criação desenvolvidos pelos criadores culturais, os quais são responsáveis por acionar recursos financeiros, tecnológicos, humanos e técnicos.

QUESTÕES de 49 a 51

Uma *Feira de Livros da Primavera* será realizada em espaço público de uma cidade. O evento foi planejado para 25 editoras que farão exposição e venda de livros. O espaço público previsto tem uma circulação de cerca de 3000 pessoas e haverá um palco para apresentações artísticas.

Sobre a **atuação do produtor cultural** nesse evento, é correto afirmar:

Questão 49

Ele é um executor de projetos criados por terceiros, por isso não está entre suas competências o desenvolvimento de ideias e de formatação de projetos.

Questão 50

A realização desse evento vai requerer desse profissional o cumprimento de três fases: a **pré-produção**, a **produção propriamente dita** e a **pós-produção**, sendo que, pelo porte do evento e do número de atividades que envolve, a produção deverá ser executada por uma equipe, coordenada por ele.

Questão 51

Após a realização de um evento configurado como *Feira de Livros da Primavera*, o trabalho do produtor cultural se encerra no momento da desmontagem da Feira.

QUESTÕES 52 e 53

Desde o aparecimento dos microcomputadores pessoais nos anos 1980, estamos vivendo um processo revolucionário, que foi ampliado e acelerado com o surgimento da Internet. Todo o universo cultural sem precedentes passou a estar ao alcance daqueles capazes de chegar a um computador e utilizá-lo, sendo reconhecida como problema crucial a incapacidade de operar os programas necessários, o analfabetismo digital. (SÁ-EARP, 2008, p. 184).

Tomando-se como base as informações do texto, pode-se afirmar:

Questão 52

O analfabetismo digital é uma realidade do Brasil, que ocorre em função de duas questões de fácil solução: a primeira diz respeito ao baixo poder econômico que inviabiliza a aquisição de computadores por uma grande maioria da população, e a segunda questão refere-se à exclusão digital de pessoas, a partir de uma determinada faixa etária, que não são re-educadas para acompanhar esse ambiente digital em revolução.

Questão 53

Políticas de inclusão digital envolvem a criação de pontos de acesso à internet, em comunidades carentes (favelas, cortiços, ocupações, assentamentos) e a capacitação (treinamento) de usuários de ferramentas digitais (computadores, DVDs, vídeo digital, som digital, telefonia móvel), dentre outras ações que devem ser encaminhadas pelo Estado, conjuntamente com toda a sociedade.

QUESTÕES de 54 a 57

Em 2014, será realizada, no Brasil, a Copa do Mundo, maior e mais tradicional evento futebolístico do mundo. Salvador está incluída como uma das cidades-sede do evento.

Sobre a organização da participação dessa cidade nesse evento, pode-se afirmar:

Questão 54

Ações devem ser desenvolvidas desde já, sobretudo, no sentido de haver uma articulação entre o turismo e as iniciativas culturais, ancoradas nos valores identitários e nas tradições locais que possam despertar o interesse nacional e internacional.

Questão 55

A musicalidade baiana deve ser pensada como o componente cultural que melhor representará a cultura local para os visitantes estrangeiros.

Questão 56

O marketing cultural pode e deve se beneficiar de um evento dessa magnitude, embora cultura e futebol sejam de difícil associação, criando obstáculos para sensibilizar os empresários quanto a investimentos dessa natureza.

Questão 57

Num evento mundial, como a Copa do Mundo, há uma grande expectativa de atração de capitais internacionais e, para tal, é indispensável que os produtores culturais, a partir de projetos criativos e bem estruturados, apresentem a esses investidores possibilidades de investimentos que revertam em benefícios, de forma permanente, para a sociedade local, de modo que não se esgotem com a finalização do evento.

QUESTÕES de 58 a 60

A cultura, além de conectar a multiplicidade de expressões da criatividade como saberes, valores, crenças ou estéticas, compreende marcas dos modos de vida, as práticas simbólicas que determinam a cotidianidade de homens e mulheres, as memórias que articulam o passado e a tradição com o presente e as projeções de futuro. (REY, 2002, p. 97).

Sobre **cultura**, pode-se afirmar:

Questão 58

A cultura possui uma função de mediação simbólica e, assim sendo, as representações da realidade — a religião, a expressão artística, as técnicas, as narrativas mitológicas, a filosofia, o saber científico, os modelos de comportamento, entre outros — constituem formas que têm funções mediadoras nas relações do ser humano com o seu próprio Eu, com outros seres humanos e com as coisas.

Questão 59

A cultura — compreendida como um conjunto de formas de mediação simbólica presente num determinado contexto social — assegura a continuidade com o passado, mas está desvinculada das ações presentes.

Questão 60

A Universidade, como produtora de conhecimento, tem o compromisso de contribuir para o desenvolvimento da sociedade e para a preservação da cultura, portanto, deve adotar, no contexto da Instituição, políticas culturais voltadas para a sociedade, garantindo um acesso democrático.

QUESTÕES 61 e 62

Sobre **Marketing Cultural**, pode-se afirmar:

Questão 61

O marketing cultural está exclusivamente vinculado à produção de mercadorias e se governa por uma lógica de doação.

Questão 62

Ações de marketing que usam a cultura como veículo de comunicação têm como objetivo difundir o nome, o produto ou fixar a imagem de uma empresa patrocinadora.

Questão 63

Os fundamentalistas religiosos, os nacionalistas, os xenófobos remetem a períodos históricos de exclusão social e política, desigualdades e injustiças acumuladas, que não se esgotam em aspectos meramente culturais.

Questão 64

Historicamente, a tarefa de organizar a cultura cabia a religiosos ou políticos, mas, com a sua secularização e autonomização enquanto campo social específico, a cultura passou a requerer profissionais diferenciados e com vivência na esfera cultural.

Questão 65

No Brasil, sempre houve uma preocupação com a adoção de políticas culturais que foram responsáveis pela preservação das culturas populares indígenas e afro-brasileiras.

Questão 66

A aculturação envolve a aprendizagem de uma nova cultura e também de escolhas muitas vezes difíceis, entre o que o imigrante gostaria de manter e o que ele precisa abandonar dos hábitos da sua cultura de origem.

Questão 67

Os fenômenos contemporâneos de globalização, de privatização e de liberalização estão apoiados num desenvolvimento científico e tecnológico convergente e vertiginoso e estão vinculados apenas ao capital nacional.

Questão 68

Em muitos países, o Mecenato Cultural tem, por parte do Estado, um tratamento preferencial em termos fiscais, sendo objeto de majorações que podem chegar aos 130% das importâncias investidas, no entanto, o benefício aplica-se apenas para as empresas que fazem investimentos, ou seja, pessoas jurídicas e não pessoas físicas.

Questão 69

Sobre a radiodifusão no Brasil, ressalta-se que a sua regulação em raízes históricas tem alto grau de nacionalismo, o que restringiu a participação de indivíduos e de capital estrangeiro.

Questão 70

Desde os séculos XVII e XVIII, que as notícias culturais estão presentes no jornalismo de forma regular, sendo que, no século XVIII, era significativa a presença de suplementos literários de cunho político-literário e, nos anos 70 do século XX, no Brasil, consolidou-se o uso do segundo caderno dos jornais diários, que representavam uma possibilidade de reflexão das manifestações artísticas e culturais.

PROVA DE REDAÇÃO

INSTRUÇÕES:

- Escreva sua Redação com caneta de tinta **AZUL** ou **PRETA**, de forma clara e legível.
- Caso utilize letra de imprensa, destaque as iniciais maiúsculas.
- O rascunho deve ser feito no local apropriado do Caderno de Questões.
- Na Folha de Resposta, utilize apenas o espaço a ela destinado.
- Será atribuída a pontuação ZERO à Redação que

— se afastar do tema proposto;
— for apresentada em forma de verso;
— for assinada fora do local apropriado;
— apresentar qualquer sinal que, de alguma forma, possibilite a identificação do candidato;
— for escrita a lápis, em parte ou na sua totalidade;
— apresentar texto incompreensível ou letra ilegível.

Os textos a seguir devem servir como ponto de partida para a sua Redação.

I.

Mas que coisa é homem,
que há sob o nome:
uma geografia?

um ser metafísico?
uma fábula sem
signo que a desmonte?

Como pode o homem
sentir-se a si mesmo,
quando o mundo some?

Como vai o homem
junto de outro homem,
sem perder o nome?

[...]

Como se faz um homem?

[...]

Quanto vale o homem?

Menos, mais que o peso?
Hoje mais que ontem?
Vale menos, velho?

Vale menos, morto?
Menos um que outro,
se o valor do homem

é medida de homem?
Como morre o homem,
[...]

Como vive o homem,
se é certo que vive?
Que oculta na frente?
[...]

Por que mente o homem?
mente mente mente
desesperadamente?
[...]

Para que serve o homem?
para estrumar flores,
para tecer contos?

para servir o homem?
para criar Deus?
Sabe Deus do homem?

E sabe o demônio?
Como quer o homem
ser destino, fonte?

Que milagre é o homem?
Que sonho, que sombra?
Mas existe o homem?

COUTINHO, Afrânio. (Org.) **Carlos Drummond de Andrade**: obra completa. Rio de Janeiro: Companhia Aguilar Editora, 1964, p. 302-303. Fragmentos.

II.

Sempre me impressionou quanto persiste em nós o homem das cavernas, que precisava ser agressivo para sobreviver, ou nem suas crias nem suas fêmeas nem ele próprio resistiriam às inclemências do clima, dos animais ferozes, da escassez de recursos. Nós, às vezes, temos de recorrer àquele remanescente feroz que afinal povoou a Terra. Teimou em raciocinar, produzindo terror e melancolia; teimou em andar ereto, e passou a sofrer da coluna; teimou em ter poder e fazer política, e aí é que nos *ferramos*.

Não é fácil entender, mas para muitos o poder é essencial. Dominar os filhos, dominar os pais, dominar a parceira (o parceiro também, não vamos esquecer as esposas-megeras), dominar o outro que está no carro da frente, ou que ousa nos ultrapassar. O que conseguiu promoção, o que vendeu mais livros ou quadros, o que tem mais pacientes, o escritório maior. [...]

LUFT, Lia. Nós, os predadores. **Veja**. São Paulo: Abril, ed. 2212, ano 44, n. 15, 13 abr. 2011. p. 26.

Reflita sobre o conteúdo dos fragmentos dos textos **I** e **II** e, considerando sua experiência de vida e as mensagens neles contidas, produza um texto argumentativo/dissertativo sobre o tema: **O homem civilizou-se, mas continuam nele os olhos destrutivos?**

Recomendações:

- Discuta a questão do desenvolvimento tecnológico, da evolução pela qual o mundo vem passando e o seu reflexo sobre o ser humano.
- Analise o comportamento do ser humano no mundo contemporâneo: Está mais humano? Menos humano? Por quê?
- Posicione-se criticamente de forma embasada em experiências sabidas e/ou vividas.

R A S C U N H O

REFERÊNCIAS

Questões de 01 a 03

FRANÇA. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

Questões de 10 a 13

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo. e. ed. Lisboa: Presença, 1992.

Questões de 14 a 17

LASSWELL. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

Questões 18 e 19

McQUAIL, D. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

Questões de 20 a 23

ADORNO. In: COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

Questões de 32 a 35

DIZARD JR., W. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Tradução: Antonio Queiroga; Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

Questões 36 e 37

RUBIM, A. B. C. **Políticas culturais entre o possível e o impossível**. Disponível em: <<http://politicasculturais.files.wordpress.com/2009/03/politicas-culturais-entre-o-possivel-e-o-impossivel.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2011.

Questões de 43 a 46

CASTRO-GOMÉZ, S. Apogeo y decadencia de la teoría tradicional: una visión de los intesticios. In: WALSH, C. (Org.). **Estudios culturales latinoamericanos**. Quito: Univ. Andina Simón Bolívar/ Ediciones Abya-Yala, 2003.

Questões 52 e 53

SÁ-EARP, F. A segunda revolução cultural: progresso técnico, novo entretenimento e exclusão digital. In: RUBIM, L.; MIRANDA, N. (Org.). **Transversalidades da cultura**. Salvador: EDUFBA, 2008.

Questões de 58 a 60

REY, G. **Modos de ser, maneiras de somar**. Retos para uma agenda de políticas públicas das Américas en Cultura. Bogotá, 2002.



**Direitos autorais reservados. Proibida a reprodução,
ainda que parcial, sem autorização prévia da
Universidade Federal da Bahia - UFBA**