

PROCESSO SELETIVO

VAGAS RESIDUAIS 2011

UFBA



15

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO
TEORIAS DO JORNALISMO
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: TEORIAS DO JORNALISMO — 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 média 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 compartilhadas, 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 — TEORIAS DO JORNALISMO

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 de 36 a 39

A ênfase na ação está no centro do profissionalismo, reside no controle da ação e não em ser vitimado pela cadência. Devido ao fato de as organizações jornalísticas funcionarem dentro de um ciclo estruturado em função de marcos temporais, não é de estranhar que o verdadeiro teste de competência profissional resida na capacidade de o jornalista deixar de ser vitimado pela cadência frenética imposta pelas horas de fechamento e passar a controlar o tempo. Para Ericson, Baranek e Chan (1987: 113), esta capacidade performativa implica possuir um conjunto de saberes profissionais que constituem o “vocabulário de precedentes”.

O vocabulário de precedentes é definido como “a progressiva articulação verbal do estado corrente de saber de reconhecimento, de procedimento e de narração, requerida para efetuar um desempenho competente do trabalho”. Os autores sublinham que a aprendizagem deste “vocabulário” constitui um processo sutil, de acumulação, baseado na experiência e nas transações diárias como colegas, fontes, superiores hierárquicos e texto jornalístico. Para Ericson, Baranek e Chan (1987), o vocabulário de precedentes é constituído pelo “saber de reconhecimento”, o “saber de procedimento” e o “saber de narração”. [...] (TRAQUINA, 2005, p. 41-42).

Em relação às competências de um Jornalista, pode-se afirmar:

Questão 36

O saber de reconhecimento é o principal saber do *gatekeeper*.

Questão 37

O saber de procedimento, apuração, verificação e escolha dos dados para produzir a notícia, é um saber, não só do repórter e do chefe de reportagem, mas também do editor.

Questão 38

O saber da narração é o conhecimento técnico para elaborar um texto baseado na narração.

Questão 39

O editor de um jornal impresso é o único que deve ter todos esses saberes.

QUESTÕES de 40 a 50

Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais há que seleccionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (*news values*) como uma componente de noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? [...]

[...] Os valores/notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas

- a. às características substantivas das notícias; ao seu *conteúdo*;
- b. à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao *produto* informativo;
- c. ao *público*;
- d. à *concorrência*.

[...]

(WOLF, 2001, p. 195-200).

Sobre os **critérios de noticiabilidade**, pode-se afirmar:

Questão 40

O interesse público é um critério relativo à concorrência.

Questão 41

Os valores/notícia são critérios de relevância presentes apenas na escolha dos acontecimentos a cobrir, ou seja, na elaboração da pauta.

Questão 42

A periodicidade influencia, decisivamente, no valor/notícia atualidade.

Questão 43

A diferença entre **interesse público** e **interesse do público** é que o primeiro trata de um critério substantivo, relativo ao acontecimento em si, e o segundo, de um critério relativo ao público-alvo.

Questão 44

O **valor de proximidade** não é relativo só à área geográfica, mas também à cultural.

Questão 45

Os valores/notícia são os mesmos para todas as sociedades, pois se constituíram ao longo do tempo.

Questão 46

A linha editorial de um produto jornalístico não é elemento que influencia na escolha pela cobertura de um acontecimento, pois os valores/notícia são os mesmos.

Questão 47

O fato de um evento, uma ocorrência, ser mais ou menos acessível para uma dada organização jornalística, também é um valor/notícia.

Questão 48

A quantidade de pessoas envolvidas num acontecimento é um valor/notícia, mas a qualidade da pessoa (cargo, lugar social, figura pública) não influencia em nada.

Questão 49

A relação entre os valores/notícia e a organização do trabalho (rotina produtiva) é de influência mútua.

Questão 50

A falta de tempo na rotina produtiva é o que justifica a publicação de material de agência e de material de assessoria de comunicação.

QUESTÕES de 51 a 55

O campo jornalístico constitui-se como tal, no século XIX, em torno da oposição entre os jornais que ofereciam antes de tudo “notícias”, de preferência “sensacionais” ou, melhor, “sensacionalistas”, e jornais que propunham análises e “comentários”, aplicados em marcar sua distinção com relação aos primeiros afirmando abertamente valores de “objetividade”; ele é o lugar de uma oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, concedido aos que reconhecem mais completamente os “valores” ou os princípios internos, e o reconhecimento pela maioria, materializado no número de receitas, de leitores, de ouvintes ou de espectadores, portanto, na cifra de venda (*best-sellers*) e no lucro em dinheiro, sendo a sanção do plebiscito, nesse caso, inseparavelmente um veredito do mercado.

Como o campo literário ou o campo artístico, o campo jornalístico é então o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito [...] funda as reputações de honorabilidade profissional. [...] (BOURDIEU, 1997, p. 104-105).

Sobre o conceito de **campo jornalístico**, é correto afirmar:

Questão 51

O que se pode chamar de **campo jornalístico** começa a ser esboçado quando a sociedade, classe burguesa, passa a valorizar os fatos e ocorre a separação entre *news and comments*.

Questão 52

O campo jornalístico refere-se a um grupo de organizações jornalísticas existentes numa sociedade.

Questão 53

A concorrência, nesse campo, leva a uma vigilância mútua que pode gerar, como consequência, uniformidade de conteúdo, de cobertura.

Questão 54

O campo jornalístico, por sua força de quarto poder, é capaz de destruir a autonomia de outro campo, como o da política.

Questão 55

Quando se fala do capital do campo jornalístico, essa é uma referência ao estoque de bens econômicos das organizações jornalísticas.

QUESTÕES de 56 a 63

Ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias que tentam responder à pergunta por que as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo “teoria” é discutível, porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são pura ou necessariamente independentes umas das outras. (TRAQUINA, 2001, p. 146).

Nesse texto, Traquina introduz as chamadas teorias do jornalismo: espelho, construcionista/*newsmaking*, *gatekeeper*, organizacional/funcionalista, ação política, estruturalista e interacionista/*newsmaking*.

A partir do conhecimento sobre essas “teorias”, pode-se afirmar:

Questão 56

Para a teoria organizacional, os critérios de seleção de uma notícia são subjetivos do indivíduo-jornalista, portanto baseados na sua experiência e expectativas.

Questão 57

O repórter-jornalista não tem nenhum grau de autonomia dentro de uma redação, pois é o editor quem decide tudo.

Questão 58

Os *media* noticiosos constituem um instrumento de manutenção do sistema capitalista, porque os donos dos veículos de comunicação fazem parte da rede de poder.

Questão 59

Os jornalistas são uma classe cuja ideologia dominante é ser anticapitalista.

Questão 60

A teoria organizacional (funcionalista) compreende que o jornalista se adequa à linha editorial de um veículo por alguns motivos, dentre os quais por querer subir de cargo dentro da empresa.

Questão 61

Gaye Tuchman, considerada uma autora da teoria do *newsmaking*, acredita que o jornalista segue alguns rituais estratégicos, como, por exemplo, o “uso judicioso das aspas”, significando que os jornalistas vêem as declarações de fontes como prova suplementar e como uma maneira de fazer desaparecer a sua presença.

Questão 62

Notícia é um produto social que reflete a realidade.

Questão 63

Quando se diz que os acontecimentos fazem parte da “teia da faticidade”, significa que os fatos são mais facilmente observáveis do que os processos.

QUESTÕES de 64 a 66

As últimas décadas do século XIX e os primeiros anos do século XX assistiram ao surgimento da universalidade norte-americana, à proliferação das associações profissionais e ao início da “administração científica” na indústria e no governo municipal, mas isso não equivalia a uma crença na objetividade – e tampouco a originou. Nem após a I Guerra Mundial, quando o valor da sociedade democrática de mercado fora, por si só, radicalmente questionado, e a sua lógica interna, exposta, tinham os líderes, no jornalismo e em outras áreas, como as ciências sociais, experimentado plenamente a dúvida e o ceticismo que a democracia e o mercado estimulavam. Só então é que o ideal da objetividade, entendido como declarações consensuais validadas sobre o mundo, com base na separação radical entre fatos e valores, passa a se estabelecer. Contudo, ele surge não tanto como uma extensão do empirismo ingênuo e da crença nos fatos, mas como uma reação contra o ceticismo; não se tratava de uma extrapolação linear, mas de uma resposta dialética à cultura da sociedade democrática de mercado. Não representava, enfim, a expressão final de uma crença nos fatos, mas a imposição de um método projetado para um mundo no qual nem mesmo os fatos poderiam ser confiáveis. (SCHUDSON, 2010, p. 144).

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

Questão 64

É um método em que o jornalista traz a realidade no texto, com imparcialidade.

Questão 65

Usa o método do “jornalismo de precisão”, criado por Philip Meyer.

Questão 66

Trata-se apenas de uma ideologia.

QUESTÕES de 67 a 70

- I. Considerados os prós e os contras, pode-se discutir se há alguma pertinência em se considerar o Jornalismo como forma de conhecimento de direito próprio, ao invés de um simples instrumento para transmitir conhecimentos produzidos por outrem e eventualmente, com isso, degradar esses saberes. Com todo o respeito pelas opiniões divergentes, procurei responder a pergunta que me apresentaram de maneira afirmativa, suprimindo o seu ponto de interrogação. (MEDITSCH, 1997, p. 11).
- II. A notícia, como forma de conhecimento, primeiramente não está interessada no passado ou no futuro, mas no presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos de “presente precioso”. Pode-se dizer que a notícia existe somente neste presente. O significado do “presente precioso” é sugerido aqui pelo fato de que a notícia, como é sabido no meio da imprensa comercial, é um produto muito perecível. A notícia continua até chegar às pessoas para as quais ela possui “interesse de notícia”. Uma vez publicada e reconhecida sua importância, o que era notícia vira história. (PARK. In: BERGER; MAROCCO, 2008, p. 59).

Sobre **jornalismo**, é correto afirmar:

Questão 67

Não é uma forma de conhecimento, porque o jornalista não precisa conhecer nada, apenas transmitir os fatos sem interpretação.

Questão 68

Não se trata de conhecimento científico, sistemático, mas é um conhecimento do senso comum, da experiência, da observação e da relação entre acontecimentos.

Questão 69

Se o conhecimento operado pelo jornalismo fosse próprio do senso comum, isso significaria que não haveria a notícia, porque tudo já seria conhecido pelas pessoas.

Questão 70

São afirmações contraditórias o fato de o jornalismo ser uma forma de conhecimento, e a notícia ser uma construção da realidade.

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 de 36 a 39

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística — uma comunidade interpretativa transnacional. v. 2. Florianópolis: Insular/Pós-jor UFSC, 2005.

Questões de 40 a 50

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001. p. 200-220.

Questões de 51 a 55

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

Questões de 56 a 63

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

Questões de 64 a 66

SCHUDSON, M. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

Questões de 67 a 70

MEDITSCH, E. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Beira Interior, Portugal: set. 1997. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php/html2=meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>. Acesso em: 1 jun. 2007.

BERGER, C.; MAROCCO, B. **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008.



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