

RESPOSTAS AOS RECURSOS – 30/04/2023

Disciplina Língua Portuguesa

Noções Básicas da Administração Pública

Conhecimento Específico

Cargo: Tecnólogo: Formação/Comunicação Social

Nº da Questão	Opção de Resposta por extenso	Parecer da Banca	Deferido ou Indeferido	Questão anulada ou Opção de Resposta correta
21	(B) a curadoria, checagem e Certificação de conteúdos colaborativos porque há ações criminosas de propagação de conteúdo falso que levam à desinformação.	. Curadoria, checagem e posterior certificação é o que melhor especifica o principal elemento do momento contemporâneo da interação 2.0 nas redações de sites portais. A chamada teoria do espelho, que afirma que as notícias são como são porque a realidade assim as determina já demonstra falha porque ignora, entre outros itens, elementos narrativos na prática jornalística que não um simples espelho. Com isso, as sentenças A e E são falsas. Certificar sem checar o conteúdo oriundo de colaboradores é falha na prática jornalística em função das ações de desinformação como a propagação de Fake News, o que invalida o que se afirma na questão C. Apesar de relevantes, a verticalização e a responsabilidade mobile não são elemento central quando se pensa na interação ampliada no webjornalismo 2.0, o que faz com que a afirmativa D fique incorreta.	INDEFERIDO	MANTIDO
24	(C) Produção Radiofônica: organização, planejamento e constituição de uma série de processos ou atividades de caráter individual ou em grupo com o propósito de gerar um resultado a ser alcançado de forma objetiva, concisa e coesa. No exemplo, a montagem de um estúdio em um shopping é um trabalho de produção demorado que se estende até ao que será levado ao ar a partir daquele novo ponto de transmissão.	A produção radiofônica é o elemento responsável pelo bom funcionamento dos programas de rádio e da rádio em si. Associada à locução, à redação e à transmissão, a produção é a espinha dorsal do produto radiofônico como o do exemplo. Relevantes, as demais áreas citadas nas afirmativas A, B, D e E são articuladas pela produção no exemplo citado..	INDEFERIDO.	MANTIDO
25	(C) Jingle – formato de característica comercial com a função de divulgar um produto, serviço ou empresa,	As afirmativas A, D e E são formatos de publicidade na web. O Spot é uma peça de áudio “falada” para passar uma informação mais completa de uma marca/produto, diferentemente do Jingle, que é uma peça de áudio “cantada” para a	INDEFERIDO.	MANTIDO

	formado por uma música de curta duração, geralmente sua letra trabalha com as características identificadas pelo produto, serviço ou empresa.	fixação de uma marca/produto. Com isso, a partir do enunciado e do conceito, o caso citado é do Jingle da Padaria Bragança, algo clássico no estudo da publicidade em rádio.		
34	(D): Pressões externas por adaptações podem exigir processo evolutivo incessante, acarretando um desperdício de verba empresarial e um esvaziamento do projeto de marca, que perde originalidade e/ou possibilidade de distinção em relação aos concorrentes.	A questão sobre digitação na letra B é proposital de modo a alternativa ser eliminada pelo candidato. No tocante ao enunciado, ele segue o pensamento do autor referencial citado no enunciado e no programa do concurso. Assim, é mais adequada a sentença que afirma que o risco da perda da originalidade da marca.	INDEFERIDO.	MANTIDO
35	(A) As duas afirmações estão corretas e a segunda justifica a primeira	As marcas contemporaneamente estão projetadas no próprio cerne dos comportamentos sociais, das lógicas de troca, dos mecanismos de construção de identidade dos indivíduos e dos grupos uma vez que sua onipresença no espaço público, sua capacidade para marcar o simbólico e o coletivo, sua propensão para movimentar a opinião pública e chamar a atenção da mídia, suas funções de intermediário identitário ou de bandeira coletiva deslocam a marca da única esfera do consumo	INDEFERIDO.:	MANTIDO
36	(B) A estetização permite estabelecer contato com uma clientela exigente, que deseja encontrar nos espaços comerciais uma atmosfera de bom gosto e uma estimulação sensorial agradável. A Illy Gallery, em Nova York, ou a Nissan Gallery, em Tóquio (www.nissan.co.jp), se inserem nesse quadro. No entanto, é preciso ressaltar que a estetização dos espaços comerciais não se limita aos lugares de prestígio e às marcas de luxo, como prova a novíssima loja Apple, de Manhattan.	A citação do enunciado está na obra referencial (SEMPRINI, Andrea, A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea, São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006), e é a sustentação central para as afirmações sobre estetização e lógica de marca (pg. 194) conforme print abaixo da obra citada. <i>4. Estética. A tendência de fundo à estetização da vida cotidiana se estende, a partir de agora, aos espaços comerciais, assegurando um local de destaque para o design ou a arte, a fim de criar lugares únicos, com uma identidade forte e determinada. A estetização permite estabelecer contato com uma clientela exigente, que deseja encontrar nos espaços comerciais uma atmosfera de bom gosto e uma estimulação sensorial agradável. A Illy Gallery, em Nova York, ou a Nissan Gallery, em Tóquio (www.nissan.co.jp), se inserem nesse quadro. No entanto, é preciso ressaltar que a estetização dos espaços comerciais não se limita aos lugares de prestígio e às marcas de luxo, como prova a novíssima loja Apple, de Manhattan.</i>	INDEFERIDO.	MANTIDO
37	(A) As afirmações I, II e III estão corretas	Conforme previsto na obra referencial AUMONT, Jacques – A imagem, 2ª. Ed., Campinas/SP: Papirus, 1995, as três afirmações estão corretas no tocante à percepção visual.	INDEFERIDO.	MANTIDO

38	(B) A imagem I é um exemplo de simulacro e a dois, um exemplo de um duplo.	O candidato que recorreu tem razão: as opções A e D têm enunciados idênticos, mas esse enunciado repetido está errado, o que, de cara, já retiraria ambas opções como corretas não cabendo a anulação da questão cujo grau de dificuldade inclui essa repetição. Faz parte da avaliação, sabendo haver apenas uma sentença correta, que as repetidas não poderiam ser marcadas.	INDEFERIDO.	MANTIDO
39	(D) As afirmações estão corretas, e a III explica a II	A veiculação e propagação de conteúdos negacionistas durante a pandemia Covid-19 atrapalhou o controle da doença no Brasil. Fake News disseminadas pelo WhatsApp são até alvo de investigação criminal em função de seu efeito catastrófico porque, o acesso a mídias tradicionais e eletrônicas atualmente existentes não ser suficiente para o efetivo exercício da cidadania, sendo necessário garantir a checagem de fatos o que não ocorreu no caso dos conteúdos negacionistas.	INDEFERIDO	MANTIDO
41	(C) O lançamento do "Boletim Light", fundado por um grupo de funcionários da Light.	Na obra referencial (FERREIRA, Patrícia Itala; MALHEIROS, Gustavo – Comunicação Empresarial: Planejamento, aplicação e resultados, São Paulo: Atlas, 2016) é clara a referência a história da comunicação empresarial (pg. 27), cabendo deixar claro que não há como desprezar a história para compreender o planejamento e a gestão em comunicação para empresas no momento contemporâneo.	INDEFERIDO.	MANTIDO
42	(D) Relações públicas, uma atividade que gerencia a comunicação e os relacionamentos de forma específica nas organizações, cuja função corporativa é contribuir estrategicamente na organização em relação a suas políticas de comunicação, o que lhe confere também uma função gerencial.	Tendo em vista a tabela de áreas de conhecimento da Capes: <ul style="list-style-type: none"> • 6.09.00.00-8 - Comunicação 6.09.01.00-4 - Teoria da Comunicação 6.09.02.00-0 - Jornalismo e Editoração 6.09.03.00-7 - Rádio e Televisão 6.09.04.00-3 - Relações Públicas e Propaganda 6.09.05.00-0 - Comunicação Visual e o fato de as relações públicas serem uma área específica dentro da comunicação estratégica não procede o recurso segundo o qual temas sobre relações públicas não estavam previstos no edital. Cabe ainda especificar que o edital do concurso para TECNÓLOGO/FORMAÇÃO: COMUNICAÇÃO SOCIAL tem em seu programa a atuação em organização de eventos, o Planejamento e Gestão em Comunicação para empresas e a Comunicação e divulgação cultural..	INDEFERIDO.	MANTIDO
46	(A) Educomunicação	Tendo em vista que o enunciado cita o pesquisador Ismar Soares, professor titular sênior da Universidade de São Paulo, nome referencial internacional no campo da Educomunicação (cf em https://scholar.google.com.br/citations?user=PtXiQ3gAAAAJ&hl=pt-BR) , não há como considerar o argumento do recurso que defende como correto o conceito LiteraciaMidiática.	INDEFERIDO.	MANTIDO

47	(C) Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free AudioEditor.	Amplamente propagados como editores freemium, Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free Audio Editor, são usuais no contexto citado no enunciado no momento contemporâneo o que busca valorizar a experiência efetiva do candidato nesse campo da comunicação no momento da aplicação do concurso, um diferencial para o cargo previsto no concurso de TECNÓLOGO com FORMAÇÃO em COMUNICAÇÃO SOCIAL.	INDEFERIDO.	MANTIDO
51	(E) 2-3-1	<p>O gabarito está incorreto uma vez que:</p> <p>Guarda(2) é página colada na parte interna da capa e contracapa dos livros de capa dura.</p> <p>Mancha (3) é um recuo de segurança em relação aos limites da página. É a área onde deve-se acomodar o conteúdo na hora da diagramação.</p> <p>Colofão (1) é a inscrição localizada na parte final de um livro ou manuscrito onde o tipógrafo marca a data e o lugar em que a obra foi feita.</p> <p>É necessária a retificação.</p>	DEFERIDO.	Alterado de E para D
54	(B) na inclusão no programa de influencers com milhares de seguidores.	A inclusão no programa de influencers com milhares de seguidores no programa é que melhor define o conceito por levar a audiência desses integrantes para o programa da TV aberta e sua fruição paga, apurada pelos institutos de convergência digital. E outro detalhe: a Casa de Vidro sempre estreia com o programa começado e apenas este ano, como novidade, antecedeu e a casa é um momento de interação midiática e não de convergência entre mídias.	INDEFERIDO.	MANTIDO

	formado por uma música de curta duração, geralmente sua letra trabalha com as características identificadas pelo produto, serviço ou empresa.	fixação de uma marca/produto. Com isso, a partir do enunciado e do conceito, o caso citado é do Jingle da Padaria Bragança, algo clássico no estudo da publicidade em rádio.		
34	(D): Pressões externas por adaptações podem exigir processo evolutivo incessante, acarretando um desperdício de verba empresarial e um esvaziamento do projeto de marca, que perde originalidade e/ou possibilidade de distinção em relação aos concorrentes.	A questão sobre digitação na letra B é proposital de modo a alternativa ser eliminada pelo candidato. No tocante ao enunciado, ele segue o pensamento do autor referencial citado no enunciado e no programa do concurso. Assim, é mais adequada a sentença que afirma que o risco da perda da originalidade da marca.	INDEFERIDO.	MANTIDO
35	(A) As duas afirmações estão corretas e a segunda justifica a primeira	As marcas contemporaneamente estão projetadas no próprio cerne dos comportamentos sociais, das lógicas de troca, dos mecanismos de construção de identidade dos indivíduos e dos grupos uma vez que sua onipresença no espaço público, sua capacidade para marcar o simbólico e o coletivo, sua propensão para movimentar a opinião pública e chamar a atenção da mídia, suas funções de intermediário identitário ou de bandeira coletiva deslocam a marca da única esfera do consumo	INDEFERIDO.:	MANTIDO
36	(B) A estetização permite estabelecer contato com uma clientela exigente, que deseja encontrar nos espaços comerciais uma atmosfera de bom gosto e uma estimulação sensorial agradável. A Illy Gallery, em Nova York, ou a Nissan Gallery, em Tóquio (www.nissan.co.jp), se inserem nesse quadro. No entanto, é preciso ressaltar que a estetização dos espaços comerciais não se limita aos lugares de prestígio e às marcas de luxo, como prova a novíssima loja Apple, de Manhattan.	A citação do enunciado está na obra referencial (SEMPRINI, Andrea, A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea, São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006), e é a sustentação central para as afirmações sobre estetização e lógica de marca (pg. 194) conforme print abaixo da obra citada. <i>4. Estética. A tendência de fundo à estetização da vida cotidiana se estende, a partir de agora, aos espaços comerciais, assegurando um local de destaque para o design ou a arte, a fim de criar lugares únicos, com uma identidade forte e determinada. A estetização permite estabelecer contato com uma clientela exigente, que deseja encontrar nos espaços comerciais uma atmosfera de bom gosto e uma estimulação sensorial agradável. A Illy Gallery, em Nova York, ou a Nissan Gallery, em Tóquio (www.nissan.co.jp), se inserem nesse quadro. No entanto, é preciso ressaltar que a estetização dos espaços comerciais não se limita aos lugares de prestígio e às marcas de luxo, como prova a novíssima loja Apple, de Manhattan.</i>	INDEFERIDO.	MANTIDO
37	(A) As afirmações I, II e III estão corretas	Conforme previsto na obra referencial AUMONT, Jacques – A imagem, 2ª. Ed., Campinas/SP: Papirus, 1995, as três afirmações estão corretas no tocante à percepção visual.	INDEFERIDO.	MANTIDO

38	(B) A imagem I é um exemplo de simulacro e a dois, um exemplo de um duplo.	O candidato que recorreu tem razão: as opções A e D têm enunciados idênticos, mas esse enunciado repetido está errado, o que, de cara, já retiraria ambas opções como corretas não cabendo a anulação da questão cujo grau de dificuldade inclui essa repetição. Faz parte da avaliação, sabendo haver apenas uma sentença correta, que as repetidas não poderiam ser marcadas.	INDEFERIDO.	MANTIDO
39	(D) As afirmações estão corretas, e a III explica a II	A veiculação e propagação de conteúdos negacionistas durante a pandemia Covid-19 atrapalhou o controle da doença no Brasil. Fake News disseminadas pelo WhatsApp são até alvo de investigação criminal em função de seu efeito catastrófico porque, o acesso a mídias tradicionais e eletrônicas atualmente existentes não ser suficiente para o efetivo exercício da cidadania, sendo necessário garantir a checagem de fatos o que não ocorreu no caso dos conteúdos negacionistas.	INDEFERIDO	MANTIDO
41	(C) O lançamento do "Boletim Light", fundado por um grupo de funcionários da Light.	Na obra referencial (FERREIRA, Patrícia Itala; MALHEIROS, Gustavo – Comunicação Empresarial: Planejamento, aplicação e resultados, São Paulo: Atlas, 2016) é clara a referência a história da comunicação empresarial (pg. 27), cabendo deixar claro que não há como desprezar a história para compreender o planejamento e a gestão em comunicação para empresas no momento contemporâneo.	INDEFERIDO.	MANTIDO
42	(D) Relações públicas, uma atividade que gerencia a comunicação e os relacionamentos de forma específica nas organizações, cuja função corporativa é contribuir estrategicamente na organização em relação a suas políticas de comunicação, o que lhe confere também uma função gerencial.	Tendo em vista a tabela de áreas de conhecimento da Capes: <ul style="list-style-type: none"> • 6.09.00.00-8 - Comunicação 6.09.01.00-4 - Teoria da Comunicação 6.09.02.00-0 - Jornalismo e Editoração 6.09.03.00-7 - Rádio e Televisão 6.09.04.00-3 - Relações Públicas e Propaganda 6.09.05.00-0 - Comunicação Visual e o fato de as relações públicas serem uma área específica dentro da comunicação estratégica não procede o recurso segundo o qual temas sobre relações públicas não estavam previstos no edital. Cabe ainda especificar que o edital do concurso para TECNÓLOGO/FORMAÇÃO: COMUNICAÇÃO SOCIAL tem em seu programa a atuação em organização de eventos, o Planejamento e Gestão em Comunicação para empresas e a Comunicação e divulgação cultural..	INDEFERIDO.	MANTIDO
46	(A) Educomunicação	Tendo em vista que o enunciado cita o pesquisador Ismar Soares, professor titular sênior da Universidade de São Paulo, nome referencial internacional no campo da Educomunicação (cf em https://scholar.google.com.br/citations?user=PtXiQ3gAAAAJ&hl=pt-BR) , não há como considerar o argumento do recurso que defende como correto o conceito LiteraciaMidiática.	INDEFERIDO.	MANTIDO

47	(C) Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free AudioEditor.	Amplamente propagados como editores freemium, Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free Audio Editor, são usuais no contexto citado no enunciado no momento contemporâneo o que busca valorizar a experiência efetiva do candidato nesse campo da comunicação no momento da aplicação do concurso, um diferencial para o cargo previsto no concurso de TECNÓLOGO com FORMAÇÃO em COMUNICAÇÃO SOCIAL.	INDEFERIDO.	MANTIDO
51	(E) 2-3-1	<p>O gabarito está incorreto uma vez que:</p> <p>Guarda(2) é página colada na parte interna da capa e contracapa dos livros de capa dura.</p> <p>Mancha (3) é um recuo de segurança em relação aos limites da página. É a área onde deve-se acomodar o conteúdo na hora da diagramação.</p> <p>Colofão (1) é a inscrição localizada na parte final de um livro ou manuscrito onde o tipógrafo marca a data e o lugar em que a obra foi feita.</p> <p>É necessária a retificação.</p>	DEFERIDO.	Alterado de E para D
54	(B) na inclusão no programa de influencers com milhares de seguidores.	A inclusão no programa de influencers com milhares de seguidores no programa é que melhor define o conceito por levar a audiência desses integrantes para o programa da TV aberta e sua fruição paga, apurada pelos institutos de convergência digital. E outro detalhe: a Casa de Vidro sempre estreia com o programa começado e apenas este ano, como novidade, antecedeu e a casa é um momento de interação midiática e não de convergência entre mídias.	INDEFERIDO.	MANTIDO

47	c) Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free Audio Editor.	Amplamente propagados como editores freemium, Audacity, Audio Cutter e DVDVideoSoft Free Audio Editor. são usuais no contexto citado no enunciado no momento contemporâneo o que busca valorizar a experiência efetiva do candidato nesse campo da comunicação no momento da aplicação do concurso, um diferencial para o cargo previsto no concurso de TECNÓLOGO com FORMAÇÃO em COMUNICAÇÃO SOCIAL	INDEFERIDO.	
51	E) 2-3-1	<p>O gabarito está incorreto uma vez que:</p> <p>Guarda (2) é página colada na parte interna da capa e contracapa dos livros de capa dura.</p> <p>Mancha (3) é um recuo de segurança em relação aos limites da página. É a área onde deve-se acomodar o conteúdo na hora da diagramação.</p> <p>Colofão (1) é a inscrição localizada na parte final de um livro ou manuscrito onde o tipógrafo marca a data e o lugar em que a obra foi feita.</p> <p>É necessária a retificação.</p>	DEFERIDO.	ALTERAR GABARITO PARA (E)
54		A inclusão no programa de influencers com milhares de seguidores no programa é que melhor define o conceito por levar a audiência desses integrantes para o programa da TV aberta e sua fruição paga, apurada pelos institutos de convergência digital. E outro detalhe: a Casa de Vidro sempre estreia com o programa começado e apenas este ano, como novidade, antecedeu e a casa é um momento de interação midiática e não de convergência entre mídias..	INDEFERIDO.	