

As questões de 21 a 25 referem-se ao Texto 1.

Texto 1: A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?

Por Francisco Fernandes Ladeira

1 À primeira vista, a resposta para a pergunta que intitula este artigo parece simples e óbvia: sim, a
2 mídia é um poderoso instrumento de manipulação. A ideia de que o frágil cidadão comum é impotente frente
3 aos gigantescos e poderosos conglomerados da comunicação é bastante atrativa intelectualmente.
4 Influentes nomes, como Adorno e Horkheimer, os primeiros pensadores a realizar análises mais sistemáticas
5 sobre o tema, concluíram que os meios de comunicação em larga escala moldavam e direcionavam as
6 opiniões de seus receptores. Segundo eles, o rádio torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los,
7 autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações. No livro *Televisão e Consciência de Classe*,
8 Sarah Chucid Da Viá afirma que o vídeo apresenta um conjunto de imagens trabalhadas, cuja apreensão é
9 momentânea, de forma a persuadir rápida e transitoriamente o grande público. Por sua vez, o psicólogo
10 social Gustav Le Bon considerava que, nas massas, o indivíduo deixava de ser ele próprio para ser um
11 autômato sem vontade e os juízos aceitos pelas multidões seriam sempre impostos e nunca discutidos.
12 Assim, fomentou-se a concepção de que a mídia seria capaz de manipular incondicionalmente uma
13 audiência submissa, passiva e acrítica.

14 Todavia, como bons cidadãos céticos, devemos duvidar (ou ao menos manter certa ressalva) de
15 proposições imediatistas e aparentemente fáceis. As relações entre mídia e público são demasiadamente
16 complexas, vão muito além de uma simples análise behaviorista de estímulo/resposta. As mensagens
17 transmitidas pelos grandes veículos de comunicação não são recebidas automaticamente e da mesma
18 maneira por todos os indivíduos. Na maioria das vezes, o discurso midiático perde seu significado original na
19 controversa relação emissor/receptor. Cada indivíduo está envolto em uma “bolha ideológica”, apanágio de
20 seu próprio processo de individuação, que condiciona sua maneira de interpretar e agir sobre o mundo.
21 Todos nós, ao entrarmos em contato com o mundo exterior, construímos representações sobre a realidade.
22 Cada um de nós forma juízos de valor a respeito dos vários âmbitos do real, seus personagens,
23 acontecimentos e fenômenos e, conseqüentemente, acreditamos que esses juízos correspondem à
24 “verdade”. [...]

25 [...] A mídia é apenas um, entre vários quadros ou grupos de referência, aos quais um indivíduo
26 recorre como argumento para formular suas opiniões. Nesse sentido, competem com os veículos de
27 comunicação como quadros ou grupos de referência fatores subjetivos/psicológicos (história familiar,
28 trajetória pessoal, predisposição intelectual), o contexto social (renda, sexo, idade, grau de instrução, etnia,
29 religião) e o ambiente informacional (associação comunitária, trabalho, igreja). “Os vários tipos de receptor
30 situam-se numa complexa rede de referências em que a comunicação interpessoal e a midiática se
31 completam e modificam”, afirmou a cientista social Alessandra Aldé em seu livro *A construção da política:
32 democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Evidentemente, o peso de cada quadro de
33 referência tende a variar de acordo com a realidade individual. Seguindo essa linha de raciocínio, no original
34 estudo *Muito Além do Jardim Botânico*, Carlos Eduardo Lins da Silva constatou como telespectadores
35 do *Jornal Nacional* acionam seus mecanismos de defesa, individuais ou coletivos, para filtrar as informações
36 veiculadas, traduzindo-as segundo seus próprios valores. “A síntese e as conclusões que um telespectador
37 vai realizar depois de assistir a um telejornal não podem ser antecipadas por ninguém; nem por quem
38 produziu o telejornal, nem por quem assistiu ao mesmo tempo que aquele telespectador”, inferiu Carlos
39 Eduardo.

Adaptado de: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-midia-realmente-tem-o-poder-de-manipular-as-pessoas/>.
(Publicado em 14/04/2015, na edição 846. Acesso em 13/07/2016.)

Questão 21. O autor do texto

- A () acredita que a mídia controla e manipula todos os cidadãos, independentemente de sua condição socioeconômica e cultural.
- B () mostra o poder absoluto da mídia de deturpar a realidade dos fatos, tornando os cidadãos alienados e passivos.
- C () mostra ao leitor que a mídia tem total poder de influenciar o seu público, principalmente pelas redes sociais.
- D () prova a tese de que a mídia manipula os leitores, respaldando-se em importantes estudiosos da cultura de massa.
- E () sustenta a ideia de que a mídia é apenas um dos fatores que interferem na construção da opinião dos indivíduos.

Questão 22. De acordo com o ponto de vista do autor,

- I. fatores subjetivos/psicológicos são os mais influentes na formação das opiniões e superam até mesmo a incondicional influência midiática.
- II. a homogeneidade dos programas de rádio e de televisão é a responsável pela manipulação midiática das opiniões.
- III. é impossível determinar como o indivíduo interpretará as informações veiculadas por um telejornal.

Está(ão) correta(s) apenas

- A () I e II.
- B () I e III.
- C () II.
- D () II e III.
- E () III.

Questão 23. Com relação às estratégias argumentativas utilizadas no texto, é correto afirmar que o autor

- A () vale-se da pergunta retórica do título, respondida afirmativamente por ele mesmo.
- B () apresenta apenas posicionamentos de estudiosos que são idênticos aos seus.
- C () vale-se do uso das aspas nos quatro momentos para se distanciar daquilo que é dito.
- D () utiliza a primeira pessoa do plural para se aproximar do leitor e o persuadir sobre seu ponto de vista.
- E () apresenta com total imparcialidade pontos de vista diversos sobre a manipulação da mídia.

Questão 24. Assinale a opção em que o verbo destacado está na voz passiva pronominal.

- A () Assim, **fomentou-se** a concepção de que a mídia seria capaz de manipular incondicionalmente uma audiência submissa, passiva e acrítica. (linhas 12 e 13)
- B () As mensagens transmitidas pelos grandes veículos de comunicação não **são recebidas** automaticamente e da mesma maneira por todos os indivíduos. (linhas 16, 17 e 18)
- C () “Os vários tipos de receptor **situam-se** numa complexa rede de referências [...]” (linhas 29 e 30)
- D () “[...]complexa rede de referências em que a comunicação interpessoal e a midiática **se completam** e modificam” [...] (linhas 30 e 31)
- E () “A síntese e as conclusões que um telespectador vai realizar depois de assistir a um telejornal não **podem ser antecipadas** por ninguém; [...]” (linhas 36 e 37)

Questão 25. Marque a alternativa em que o verbo destacado está classificado corretamente quanto à transitividade.

VTD – verbo transitivo direto

VTI – verbo transitivo indireto

VI – verbo intransitivo

- A () [...]devemos **duvidar** (ou ao menos manter certa ressalva) de proposições imediatistas e aparentemente fáceis. – VTD (linhas 14-15)
- B () Na maioria das vezes, o discurso midiático **perde** seu significado original na controversa relação emissor/receptor. – VTI (linhas 18-19)
- C () A mídia é apenas um, entre vários quadros ou grupos de referência, aos quais um indivíduo **recorre** como argumento para formular suas opiniões. – VTI (linhas 25-26)
- D () Nesse sentido, **competem** com os veículos de comunicação como quadros ou grupos de referência fatores subjetivos/psicológicos [...] – VTD (linhas 26-27).
- E () Evidentemente, o peso de cada quadro de referência **tende** a variar de acordo com a realidade individual. – VI (linhas 32-33)

As questões de 26 a 29 referem-se ao Texto 2.

Texto 2: Vídeos falsos confundem o público e a imprensa

Por Jasper Jackson, tradução de Jo Amado

1 Cerca de duas horas depois da divulgação dos atentados de terça-feira (22/03) em Bruxelas,
2 apareceu um vídeo no YouTube, sob a alegação de que seriam imagens do circuito fechado de televisão
3 (CCTV), mostrando uma explosão no aeroporto Zaventem, da cidade. As imagens rapidamente se
4 espalharam pelas redes sociais e foram divulgadas por alguns dos principais sites de notícias. Depois desse,
5 surgiu outro vídeo, supostamente mostrando uma explosão na estação de metrô Maelbeek, próxima ao
6 Parlamento Europeu, e ainda um outro, alegando ser do aeroporto.

7 Entretanto, nenhum dos vídeos era o que alegava ser. Os três vídeos eram gravações de 2011, dois
8 de um atentado ao aeroporto Domodedovo, de Moscou, e um de uma bomba que explodiu numa estação de
9 metrô de Minsk, capital da Belarus.

10 As imagens distorcidas dos clipes do circuito fechado de televisão foram convertidas de cor em
11 preto e branco, horizontalmente invertidas, novamente etiquetadas e postadas como se tivessem surgido dos
12 acontecimentos do dia. Embora a conta do YouTube que compartilhou as imagens com falsos objetivos tenha
13 sido rapidamente tirada do ar, outros veículos as reproduziram dizendo que eram de Bruxelas.

14 Os vídeos ilusórios são exemplos de um fenômeno que vem se tornando cada vez mais comum em
15 quase todas as matérias importantes que tratam de acontecimentos violentos e que ocorrem rapidamente.
16 Reportagens falsas ou ilusórias espalham-se rapidamente pelas redes sociais e são acessadas por
17 organizações jornalísticas respeitáveis, confundindo ainda mais um quadro já incrivelmente confuso.

18 A disseminação e divulgação de falsas informações não têm nada de novo, mas a internet tornou
19 mais fácil plantar matérias e provas falsas e ilusórias, que serão amplamente compartilhadas pelo Twitter e
20 pelo Facebook.

21 Alastair Reid, editor administrativo do site *First Draft*, que é uma coalizão de organizações que se
22 especializam em checar informações e conta com o apoio do Google, disse que parte do problema é que
23 qualquer pessoa que publique em plataformas como o Facebook tem a capacidade de atingir uma audiência
24 tão ampla quanto aquelas que são atingidas por uma organização jornalística. “Pode tratar-se de alguém
25 tentando desviar propositalmente a pauta jornalística por motivos políticos, ou muitas vezes são apenas
26 pessoas que querem os números, os cliques e os compartilhamentos porque querem fazer parte da conversa
27 ou da validade da informação”, disse ele. “Eles não têm quaisquer padrões de ética, mas têm o mesmo tipo
28 de distribuição.”

29 Nesse meio tempo, a rápida divulgação das notícias online e a concorrência com as redes sociais
30 também aumentaram a pressão sobre as organizações jornalísticas para serem as primeiras a divulgar cada
31 avanço, ao mesmo tempo em que eliminam alguns dos obstáculos que permitem informações equivocadas.

32 Uma página na web não só pode ser atualizada de maneira a eliminar qualquer vestígio de uma
33 mensagem falsa, mas, quando muitas pessoas apenas se limitam a registrar qual o website em que estão
34 lendo uma reportagem, a ameaça à reputação é significativamente menor que no jornal impresso. Em muitos
35 casos, um fragmento de informação, uma fotografia ou um vídeo são simplesmente bons demais para checar.

36 Alastair Reid disse: “Agora talvez haja mais pressão junto a algumas organizações para agirem
37 rapidamente, para clicar, para ser a primeira... E há, evidentemente, uma pressão comercial para ter aquele
38 vídeo fantástico, aquela foto fantástica, para ser de maior interesse jornalístico, mais compartilhável e tudo
39 isso pode se sobrepor ao desejo de ser certo.”

Adaptado de: <http://observatorioidaimprensa.com.br/terrorismo/videos-falsos-confundem-o-publico-e-a-imprensa/>.
(Publicado originalmente no jornal *The Guardian* em 23/3/2016. Acesso em 30/03/2016.)

Questão 26. De acordo com o texto,

- A () a divulgação deliberada de informações e vídeos falsos pela internet é um comportamento antiético.
- B () notícias veiculadas em redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, não merecem credibilidade por parte do leitor.
- C () as adaptações feitas em fotos normalmente são grosseiras e, por isso, despertam a desconfiança dos leitores.
- D () acontecimentos extremamente sérios são banalizados e propositalmente deturpados por organizações jornalísticas respeitáveis.
- E () a concorrência acirrada pela audiência é a única responsável pela eventual divulgação de dados incorretos pela imprensa.

Questão 27. De acordo com o texto, é **INCORRETO** afirmar que

- A () a reputação de um jornal impresso é mais vulnerável do que a de uma página na *web* quanto à divulgação de notícias falsas.
- B () interesses comerciais podem ser razões para a divulgação precipitada de fotos e vídeos na rede.
- C () as organizações jornalísticas deveriam ter exclusividade na divulgação de fatos violentos, como atos terroristas.
- D () falsas notícias são facilmente divulgadas e compartilhadas nas redes sociais por motivos diversos.
- E () as organizações jornalísticas de credibilidade também são responsáveis pela divulgação de notícias falsas.

Questão 28. Marque a opção que **NÃO** constitui causa de divulgação de informações falsas na internet por organizações jornalísticas respeitáveis, de acordo com o texto.

- A () A rapidez com que as informações são divulgadas *online*.
- B () A pressão para serem as primeiras a divulgar as novidades.
- C () A concorrência com as redes sociais.
- D () A credibilidade despertada pela boa qualidade das imagens falsas.
- E () A impossibilidade de retirada de algo já veiculado.

Questão 29. No primeiro período do sexto parágrafo, a palavra **QUE** constitui pronome relativo, **EXCETO** em

- A () [...] que é uma coalizão [...] (linha 21)
- B () [...] que se especializam [...] (linhas 21-22)
- C () [...] que parte do problema [...] (linha 22)
- D () [...] que publique em plataformas [...] (linha 23)
- E () [...] que são atingidas por uma organização jornalística. (linha 24)

A Questão 30 refere-se aos Textos 1 e 2.

Questão 30. Pode-se afirmar corretamente que tanto o Texto 1 quanto o Texto 2

- A () condenam a forma como veículos de comunicação menosprezam seu público.
- B () consideram que a mídia confunde o público com informações boas demais para serem questionadas.
- C () atribuem às redes sociais da internet um papel fundamental na formação de opinião.
- D () trazem exemplos de situações sensacionalistas utilizadas pela mídia.
- E () mencionam mais de um tipo de mídia no desenvolvimento de sua argumentação.

Observe a tirinha a seguir e responda as questões 31 e 32.



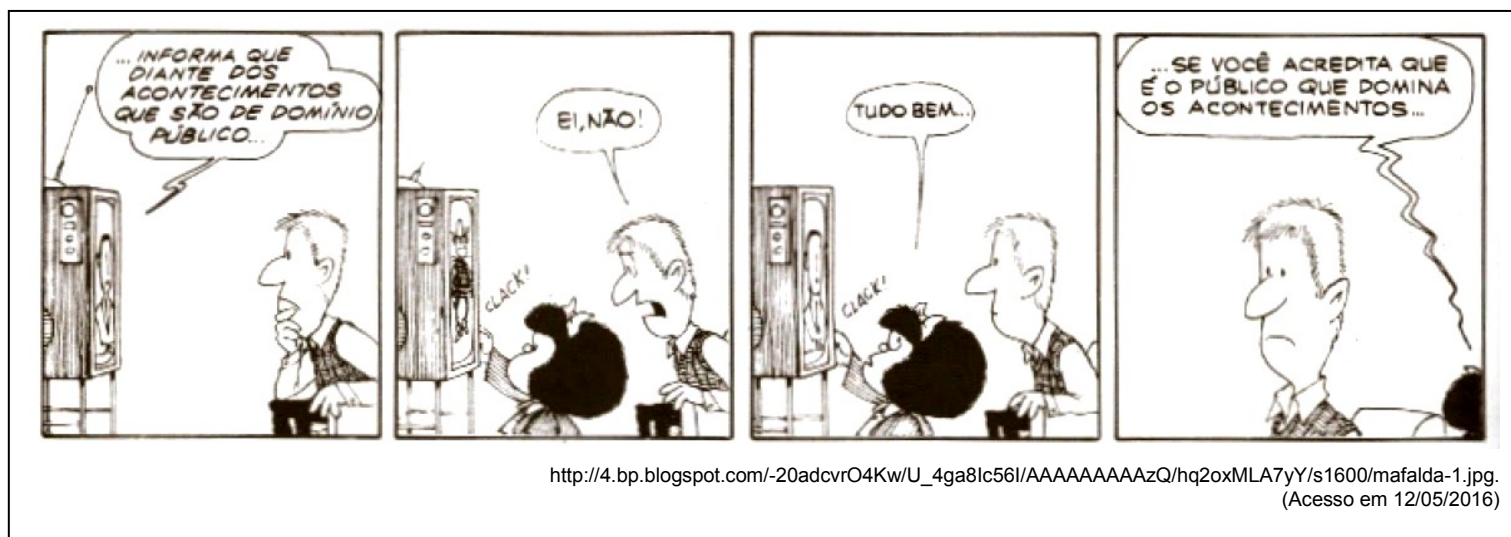
Questão 31. Que atitude típica de parte do público televisivo é reproduzida por Calvin, o garoto da tirinha?

- A () Assistir àquilo que critica.
- B () Assistir somente àquilo que está na moda.
- C () Mudar de opinião de acordo com o momento.
- D () Não criticar aquilo a que assiste.
- E () Interagir com o apresentador de TV.

Questão 32. Os dois primeiros quadros da tirinha criam no leitor uma expectativa de desfecho que não se concretiza, gerando daí o efeito de humor. Nesse contexto, a conjunção e estabelece a relação de

- A () conclusão.
- B () explicação.
- C () oposição.
- D () consequência.
- E () alternância.

Observe a tirinha que traz a personagem Mafalda, do cartunista Quino, e responda a Questão 33.



Questão 33. Considere as seguintes asserções:

- I. Mafalda atribui ao termo **domínio** um sentido diverso do veiculado pelo locutor da televisão.
- II. Na frase dita por Mafalda, o termo **público** constitui o sujeito responsável pela ação de dominar.
- III. A atitude e a fala de Mafalda demonstram que ela concorda com a ideia de que o público domina os acontecimentos.

Está(ão) correta(s)

- A () apenas I.
- B () apenas I e II.
- C () I, II e III.
- D () apenas II.
- E () apenas III.

Questão 34. Analisando as duas tirinhas, **NÃO** se pode afirmar que

- A () Calvin se revela incapaz de compreender o noticiário, diferentemente do pai de Mafalda.
- B () Calvin e Mafalda, apesar de crianças, são críticos em relação ao conteúdo televisivo.
- C () a reação de Calvin e a de Mafalda são diferentes diante do conteúdo televisivo.
- D () ambas tratam da relação entre telespectador e mídia televisiva.
- E () ambas apresentam personagens que questionam o noticiário veiculado pela TV.

Questão 35. O livro *Memórias de um sargento de milícias*, de Manuel Antônio de Almeida, mostra como, no Brasil, os agentes do poder costumam, por vezes, confundir as esferas do público e do privado. Como afirma o narrador, no capítulo XLV: “Já naquele tempo (e dizem que é defeito nosso) o empenho, o compadresco, eram uma mola de todo o movimento social”. No enredo, isso é ilustrado pelo comportamento de Vidigal, que

- A () teve, na infância, uma educação familiar muito permissiva, que lhe afrouxou o caráter.
- B () sempre foi, desde menino, resistente aos valores éticos ensinados pela escola e pela Igreja.
- C () teve expostas suas desventuras amorosas, sendo, muitas vezes, objeto da chacota coletiva.
- D () optou, por interesse, pela carreira de meirinho, respeitada e promissora na época.
- E () revelou ter um caráter não tão rígido ao ceder aos apelos de sua amante.

Questão 36. Na ficção romântica, em geral, o destino das personagens femininas é a felicidade pelo casamento ou a morte trágica. Nesse aspecto, *Til*, de José de Alencar, traz um final inovador, resultante do amadurecimento de Berta após conhecer a história de Besita, sua mãe. Podemos afirmar isso acerca do romance em questão, pois Berta

- A () recusa-se a se casar com Miguel quando descobre ser filha incógnita de Luís Galvão.
- B () abre mão do casamento, ainda que com algum sofrimento, optando por cuidar de Zana e Brás.
- C () aceita ser reconhecida legalmente como filha por Luís Galvão, mostrando-se mais flexível que a mãe.
- D () enfrenta o assédio de João Fera, que violentou Besita.
- E () assassina Ribeiro, como vingança pela morte da mãe.

Questão 37. O romance *Fogo morto*, de José Lins do Rego, apresenta um amplo painel social do interior paraibano no final do século XIX. Acerca das personagens, é correto dizer que

- A () os três principais senhores de engenho retratados são o Coronel Lula de Holanda, o Capitão José Paulino e o mestre José Amaro.
- B () o Coronel Lula de Holanda, explorando os escravos e tomando as terras de José Amaro, tornou-se o mais rico da Paraíba.
- C () o Capitão Vitorino é uma figura quixotesca, pois, mesmo ridicularizado pelo povo, luta contra os desmandos das autoridades.
- D () o líder cangaceiro Antônio Silvino consegue, no final, acabar com a injustiça praticada pelos senhores de engenho.
- E () o mestre José Amaro decide entrar para o bando de Antônio Silvino para se vingar do Coronel Lula de Holanda pelo que ele lhe fez.

Questão 38. Sobre o poema de Manuel Bandeira,

Irene no céu

Irene preta
Irene boa
Irene sempre de bom humor.

Imagino Irene entrando no céu:
- Licença, meu branco!
E São Pedro bonachão:
- Entra, Irene. Você não precisa
pedir licença.

(Em: *Libertinagem*. Rio de Janeiro: Pongetti, 1930.)

é **INCORRETO** afirmar que a relação afetiva entre o sujeito lírico e Irene

- A () faz com que a descrição dela seja permeada pela visão carinhosa dele.
- B () torna a linguagem mais coloquial, espelhando a ligação afetiva dos dois.
- C () é responsável pelo tratamento informal dado a uma entidade religiosa.
- D () é um mero disfarce da desigualdade entre brancos e negros.
- E () é, na visão dele, compartilhada até mesmo por São Pedro.

Questão 39. O poema abaixo é de Alcides Villaça.

Bach no céu

Para Manuel Bandeira

Imagino Johann Sebastian Bach entrando no céu:

- Com licença, São Pedro?
- Faz favor, João. Só não repare a bagunça.

(Em: *Ondas curtas*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.)

Dada a explícita relação intertextual entre *Bach no céu* e *Irene no céu*, é correto afirmar que

- A () *Bach no céu*, por ser um poema dedicado a um grande compositor, se opõe frontalmente ao primeiro poema, dedicado a uma mulher simples.
- B () a linguagem, no poema de Villaça, é formal porque ele retrata um grande compositor.
- C () inexistente afetividade em *Bach no céu*, pois o sujeito lírico não conheceu Bach pessoalmente.
- D () a admiração do sujeito lírico por Bach não é, na visão dele, compartilhada por São Pedro.
- E () *Bach no céu* homenageia, ao mesmo tempo, Johann Sebastian Bach e Manuel Bandeira.

Questão 40. No poema de Maria Lúcia Alvim intitulado *Frasco de âmbar*, que possui uma atmosfera muito feminina,

- I. a voz lírica expressa-se de modo sentimental – daí o ponto de exclamação – revelando forte afeto do "eu" em relação ao "tu".
- II. a fala dirigida ao objeto contém um lamento pela sua perda, ocorrida apesar de todo o cuidado e apego que a ele foram dedicados.
- III. o teor metafórico do poema se reforça na associação estabelecida entre a volatilidade do perfume e o sentimento amoroso.

Está(ão) correta(s)

- A () apenas I.
- B () apenas I e II.
- C () apenas II.
- D () apenas II e III.
- E () todas.

Frasco de âmbar

À força de guardar-te
evaporaste!

(Em: *Vivenda*. São Paulo: Duas Cidades, 1989.)

INSTRUÇÕES PARA A REDAÇÃO

Os textos e tirinhas lidos na prova tratam de um assunto em comum, focalizando, porém, diferentes aspectos. Tomando por base esse material, elabore um texto dissertativo em prosa, sustentando um ponto de vista sobre um desses aspectos.

- Não copie nem parafraseie os textos desta prova.
- Utilize apenas caneta azul ou preta e a folha própria para a redação, respeitando os limites das linhas.
- Use os espaços em branco destas provas como rascunho.
- A banca examinadora aceitará qualquer posicionamento ideológico do candidato.

Na avaliação de sua redação, serão considerados:

- a) clareza e consistência dos argumentos em defesa de um ponto de vista sobre o tema,
- b) coesão e coerência do texto e
- c) domínio do português padrão.