

INFORMAÇÕES SOBRE A PROVA

Duração da prova: 60 minutos

Material autorizado:

- Documento de identificação pessoal (Cartão de Cidadão, Bilhete de Identidade ou Passaporte);
- Esferográfica/caneta preta ou azul de tinta indelével.

Material não autorizado: Para além dos elementos autorizados, não é permitido o uso de outro tipo de material.

ATENÇÃO: Qualquer telemóvel ou outro meio de comunicação móvel que, ligado ou desligado, seja detetado na posse do candidato, determina a anulação da prova.

Estrutura da prova: A prova é constituída por três partes.

Parte I
(70 valores) Leitura de um texto, não técnico, escrito em português.
Resposta a algumas questões sobre o texto.
Pretende-se avaliar a capacidade de compreensão.

Parte II
(100 valores) O candidato deve elaborar um texto, em português, sobre um tema não técnico.
Pretende-se avaliar a capacidade de organização e de exposição de ideias.

Parte III
(30 valores) Leitura de um texto, não técnico, escrito em inglês.
Classificação de algumas afirmações, em português, sobre o texto, sendo solicitado ao candidato que indique quais as afirmações que são verdadeiras, as que são falsas e aquelas que, pela leitura do texto, não é possível classificar nem como falsas nem como verdadeiras.
Pretende-se avaliar a capacidade de compreensão de um texto não técnico em inglês.

Correção:

1. Na avaliação haverá penalizações por erros de ortografia, de construção de frase ou de ligação textual.
2. Considera-se correta a grafia prevista em ambas as versões do Acordo Ortográfico. A utilização das duas grafias numa mesma prova será objeto de penalização.

Nome: _____ Classificação: _____

PARTE I [Cotação: 70 pontos]

Leia atentamente o texto que se segue:

Diversidade e inclusão nas empresas

O estudo da consultora de recrutamento Michael Page, “8 Tendências Executivas para 2019”, conclui que a diversidade é uma estratégia inteligente de negócio, que contribui para a evolução e lucro das empresas. Os dados apontam para um crescimento de cerca de 19% de aumento de receitas nas empresas que são constituídas por equipas de direção mais inclusivas, e os resultados positivos sobem para 60% quando a tomada de decisões é feita por equipas de gestão diversificadas.

Ainda assim, a verdade é que a adoção de medidas que promovam a diversidade e a inclusão não é transversal a todos os setores. O mesmo estudo realça que o mundo empresarial enfrenta um desafio estrutural e ainda não percebeu exatamente a oportunidade que a adoção destas estratégias oferece.

O estudo da Michael Page chama ainda a atenção para a necessidade de se olhar para o conceito de diversidade de forma mais abrangente. Ou seja, importará não ter apenas em conta o género, mas considerar também fatores como a idade, a orientação sexual, a religião, o contexto social, a cultura e a incapacidade. Só assim todas as pessoas se sentirão incluídas e valorizadas.

De acordo com a Michael Page, as equipas diversas e inclusivas são um importante catalisador de inovação. Isto porque, em equipas com perspetivas diversas e abertura para as acolher, é mais provável que a inovação floresça. Assim, empresas com uma estratégia de D&I [Diversidade e Inclusão] revelam-se mais inovadoras e propensas a originar melhores resultados. As empresas estão a descobrir que, quando apoiam e promovem um ambiente de trabalho mais inclusivo, obtêm benefícios que superam as expectativas.

No panorama português, é certo que a sociedade está cada vez mais desperta para estas questões e já existem alguns bons exemplos de diversidade e inclusão. Ainda assim, há pontos em que o país precisa de melhorar para que possa dar cartas no panorama europeu. De acordo com os dados do European Institute for Gender Equality compilados no “Gender Equality Index”, Portugal obteve 62,2 pontos de um total de 100 pontos, o que faz com que ocupe o 15.º lugar da União Europeia (UE) no Índice de Igualdade de Género. A pontuação do País está 5,8 pontos abaixo da média da UE. Ainda assim, desde 2010, a pontuação de

Portugal aumentou 8,5 pontos e a classificação melhorou quatro lugares. Desde 2018, a pontuação portuguesa subiu 0,9 pontos, sobretudo devido ao que os autores denominam “melhorias nos domínios do poder”.

O estudo divulgado pela consultora Sair da Casca – Sustainability Intelligence in Action, sobre “Diversidade & Inclusão nas Empresas Portuguesas”, revela que 55% das empresas admitem que não têm uma política de promoção de diversidade e inclusão, enquanto 58% referem não integrar critérios de diversidade na seleção dos seus fornecedores.

No mesmo estudo da Sair da Casca, entre as principais motivações que levaram os inquiridos a empenhar esforços na área da diversidade e inclusão, inclui-se a responsabilidade social, com 74% das respostas, seguindo-se o envolvimento e a motivação dos colaboradores (52%), além da reputação (41%). Cerca de 37% dos inquiridos associam o conceito de diversidade ao de inovação, sendo que para estes uma empresa inovadora é aquela que preza a diversidade e a inclusão nos seus quadros.

(Adaptado de: *Vida Sustentável*, 10 de janeiro de 2022, <https://vidasustentavel.sabado.pt/diversidade-e-inclusao/diversidade-e-inclusao-nas-empresas-importancia-desafios-e-beneficios/>)

- [20 pontos]** 1. Na grelha de respostas apresentada em seguida, assinale com um “X” a opção que permite completar cada frase corretamente, de acordo com a informação dada no texto.

(4 pontos cada resposta)

Questão	A	B	C	D
I				
II				
III				
IV				
V				

- I. Selecione o item que contém as palavras-chave que melhor identificam o conceito de diversidade segundo a perspetiva da consultora Michael Page.
- (A) género, idade, cultura, incapacidade.
 (B) empresa, estratégia, género, lucro.
 (C) género, lucro, incapacidade, estratégia.
 (D) envolvimento, motivação, religião, cultura.
- II. Com o enunciado “a adoção de medidas [...] não é transversal a todos os setores”, pretende-se dizer
- (A) que todos os setores estão atentos à adoção de novas medidas.
 (B) que a transversalidade é fundamental.
 (C) que nem todos os setores adotaram ainda as medidas necessárias.
 (D) que a adoção de medidas não é necessária para todos os setores.

III. O estudo da consultora Michael Page concluiu

- (A) que Portugal obteve 62,2 pontos de um total de 100 pontos.
- (B) que Portugal ocupa o 21.º lugar da EU no Índice de Igualdade de Género.
- (C) que equipas diversificadas e inclusivas apresentam resultados mais positivos.
- (D) que 60% das empresas adotaram medidas de inclusão.

IV. Neste texto, afirma-se que os resultados obtidos pelas empresas

- (A) são inversamente proporcionais à aplicação de uma estratégia de D&I.
- (B) não são pouco favorecidos por uma estratégia de D&I.
- (C) são absolutamente condicionados por uma estratégia de D&I.
- (D) não abonam muito a favor de uma estratégia de D&I.

V. De acordo com o texto, o estudo da consultora Sair da Casca mostrou

- (A) que as empresas associam, em geral, a diversidade a inclusão.
- (B) que as motivações para as empresas investirem na diversidade e na inclusão são diversas.
- (C) que a motivação dos colaboradores é uma das principais razões para o investimento na diversidade e na inclusão.
- (D) que os inquiridos estão dispostos a empenhar mais esforços na área da diversidade e inclusão.

[50 pontos]

2. Explique o que se pretende dizer com o seguinte enunciado: “[...] as equipas diversas e inclusivas são um importante catalisador de inovação [...]”. [25 pontos]

3. Segundo se afirma neste texto, no 4.º parágrafo, à existência de vários pontos de vista importará acrescentar uma outra condição para que essa diversidade possa dar bons frutos. De que condição se trata? O que justificará a sua necessidade? [25 pontos]

PARTE II [Cotação: 100 pontos]

Escreva um texto com um mínimo de 15 linhas sobre um dos temas apresentados em seguida, indicando claramente a sua escolha na folha de resposta:

A: Inclusão e igualdade.

B: A importância da diversidade nas relações humanas.

OBSERVAÇÃO: Avaliar a capacidade de expressão escrita, apreciar a capacidade argumentativa, ponderar a aptidão para organizar ideias e examinar a correção linguística são os objetivos desta parte da prova.

Leia atentamente o texto que se segue. Responda às questões na grelha de respostas.

Fake News

Information fabrication is not new. Misinformation, disinformation and propaganda have been features of human communication since at least the Roman times when Antony met Cleopatra. Octavian waged a propaganda campaign against Antony that was designed to smear his reputation. This took the form of “short, sharp slogans written upon coins in the style of archaic Tweets.”¹ These slogans painted Antony as a womaniser and a drunk, implying he had become Cleopatra’s puppet, having been corrupted by his affair with her. Octavian became Augustus, the first Roman Emperor and “fake news had allowed Octavian to hack the republican system once and for all.”²

The invention of the Gutenberg printing press in 1493 dramatically amplified the dissemination of disinformation and misinformation, and it ultimately delivered the first-large scale news hoax – ‘The Great Moon Hoax’ of 1835.³ *The New York Sun* published six articles about the discovery of life on the moon, complete with illustrations of humanoid bat-creatures and bearded blue unicorns. Conflicts, regime change, and catastrophes then became markers for the dissemination of disinformation.

As one-to-many communications developed in the 20th century, especially with the advent of radio and television, satirical news evolved, sometimes being mistaken as the real thing in news consumers’ minds. Finally, the arrival of the internet in the late 20th century, followed by social media in the 21st century, dramatically multiplied the risks of misinformation, disinformation, propaganda and hoaxes. Both errors and fraudulent content now go viral through peer-to-peer distribution (many to-many communication),⁴ while news satire is regularly misunderstood and reshared as straight news by unwitting social media users.⁵

We now inhabit a world with computational propaganda, state-sponsored ‘sock-puppet networks’, troll armies,⁶ and technology that can mimic legitimate news websites and manipulate audio and video to create synthetic representations of any number of sources. In this environment, many news consumers feel entitled to choose or create their own ‘facts’. Combined, these developments present an unprecedented threat level that can drown out journalism, and imply that there is nothing to distinguish journalism from false and fraudulent information more broadly. Contemporary manifestations of disinformation and misinformation are mainly evident in social media systems – with grave risks to authentic journalism and to open societies more broadly. The current crisis includes the ‘weaponisation’ of information by many governments, as well as abuse by an industry of public relations companies often under contract to political entities.

(Adapted from: Julie Posetti and Alice Matthews, “A short guide to the history of ‘fake news’ and disinformation, A Learning Module for Journalists and Journalism Educators,” International Center for Journalists, 2018, https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf)

¹ Kaminska, I. (2017). A module in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. Accessed 28/03/18: <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6>

² Ibid.

³ Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), pp. 89-100. Accessed 28/03/18 http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3

⁴ See Posetti, J (2018) News industry transformation: digital technology, social platforms and the spread of misinformation in Ireton, C & Posetti, J (Eds.) *Journalism, ‘Fake News’ and Disinformation* (UNESCO).

⁵ Woolf, N. (2016) As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, *The Guardian*. Accessed 01/04/18: <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire>

⁶ See Posetti, J. (2018). Combating Online abuse: When journalists and their sources are targeted In Ireton, C & Posetti, J (Eds.) *Journalism, ‘Fake News’ and Disinformation* (UNESCO).

[5 pontos
por cada
resposta]

1. Leia o texto da Parte III da prova. Assinale com “V” as afirmações “Verdadeiras”, com “F” as afirmações “Falsas” e com “NA”, “Não se Aplica”, as afirmações sobre as quais o texto não dá informação explícita.

De acordo as autoras do artigo, Julie Posetti and Alice Matthews, já na Grécia Antiga se verificou o uso de desinformação e propaganda para fins políticos.	
A invenção da imprensa no século XV facilitou muito a disseminação de informações falsas.	
A primeira notícia falsa com grande impacto foi publicada num tablóide inglês, no século XIX.	
Segundo as autoras, os utilizadores da internet e das redes sociais são mais capazes de identificar notícias satíricas do que os consumidores de rádio e televisão.	
O facto de a tecnologia existente hoje em dia permitir que qualquer utilizador das redes sociais crie e divulgue notícias falsas constitui uma ameaça para o jornalismo.	
Estudos recentes indicam que as gerações mais jovens e mais familiarizadas com as redes sociais estão mais aptas a verificar a credibilidade da informação recebida.	