



CONCURSO PÚBLICO 2013 / 2014

CARGO JORNALISTA

INSTRUÇÕES

- Verifique se este caderno contém 25 questões. Caso não contenha, solicite imediatamente ao fiscal outro caderno.
- Você dispõe de 2 (duas) horas para responder a todas as questões.
- Somente é permitida a entrega da prova ou a ida ao banheiro após 1 hora do início da prova.
- Para cada questão existe apenas UMA resposta certa.
- Marque as respostas na grade, ao final do caderno.
- Transcreva as respostas para a folha ótica, preenchendo totalmente o círculo com CANETA ESFEROGRÁFICA PRETA OU AZUL ESCURO. O uso de caneta porosa ou corretivo líquido provocará a anulação da prova.
- Será excluído do concurso o candidato que agir com incorreção ou descortesia, com qualquer pessoa da equipe encarregada pela aplicação da prova.
- Os 2 (dois) últimos candidatos que permanecerem em sala de prova, só poderão retirar-se conjuntamente.
- Ao terminar a prova, deverá ser entregue, obrigatoriamente, ao fiscal, seu cartão-resposta (folha ótica).

1. "A ampliação das atividades das Assessorias de Imprensa levou o profissional jornalista a atuar em áreas estratégicas das empresas, tornando-se um gestor de comunicação e, dessa forma, privilegiando a integração de outros profissionais, como relações públicas, propaganda e publicidade."

Dentre as diversas especificidades que definem uma assessoria de comunicação, identifique qual opção **NÃO** se enquadra como uma função específica:

- Colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização.
- Criar um plano de comunicação (estabelecer a importância deste instrumento tanto no relacionamento com a imprensa como os demais públicos internos e externos).
- Detectar o que numa organização é de interesse privado e o que pode ser aproveitado como material jornalístico.
- Estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos.
- Criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades.

2. Está sob a responsabilidade da **Assessoria de Imprensa**, função a ser exercida privativa e exclusivamente por jornalistas habilitados, as seguintes funções:

- Planejamento e execução de campanhas de opinião pública, arquivo do material administrativo, organização do mailling de jornalistas, clipping de notícias (impressos, Internet e eletrônicos).
- Clipping de notícias (impressos, Internet e eletrônicos), organização de coletivas; arquivo do material administrativo, organização do mailling de jornalistas.
- Edição de jornais, revistas, sites de notícia e material jornalístico para vídeos; preparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos; organização de campanhas com anúncios publicitários; participação na definição de estratégias de comunicação.
- Organização do mailling de jornalistas, sugestões de pauta e press-kits, planejamento e execução de campanhas de opinião pública.
- Elaboração de press-releases, sugestões de pauta e press-kits; relacionamento formal e informal com os repórteres e editores da mídia; acompanhamento de entrevistas de suas fontes.

3. "Oito municípios ainda possuem lixão no Rio Grande do Sul - De acordo com o diretor-presidente da Fepam, Nilvo Silva, cabe aos municípios reverter essa situação que representa um grave problema ambiental e econômico, já que os municípios não carecem de orientação técnica.

Oito municípios gaúchos ainda possuem lixões e terão pouco tempo para se adequar a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) - Lei 12.305/2010 - que prevê para agosto de 2014 o fim da destinação inadequada de resíduos sólidos

urbanos no país." Reportagem publicada no site da Ecoagência, no dia 14.10.2013

O trecho citado acima foi o lead de uma notícia publicada no site da Ecoagência (<http://www.ecoagencia.com.br>), no dia 14 de outubro de 2013.

Em uma determinada situação crítica, como no citado acima, o Assessor de Imprensa tem um papel fundamental no atendimento aos diversos tipos de mídia a fim de promover uma informação de qualidade e com responsabilidade.

Dentre as alternativas apresentadas, apenas uma tem relação com o **Atendimento da imprensa em situações de crise**:

- A assessoria deverá manter, na medida do possível, o fato distante dos jornalistas, até o momento em que não for mais possível mantê-lo distante dos mesmos.
- Não fuja da imprensa. Antecipe-se à própria iniciativa da imprensa em descobrir o que ocorreu.
- Faça um breve levantamento da situação, evitando dados, números e informações atualizadas para que o fato possa ser minimizado.
- A assessoria de comunicação deve preparar uma reportagem completa com informações necessárias para que os jornalistas tirem conclusões positivas sobre o fato ocorrido.
- Não evite o uso de palavras alarmistas ou negativas para, dessa forma, ampliar o efeito negativo da ocorrência com suas palavras.

4. O que é um serviço de clipping, mais especificamente: **Clipping Impresso, Clipping Eletrônico e em Tempo Real (on-line)?**

- Textos e fotos para subsidiar os jornalistas de redação com informações, normalmente usadas em entrevistas coletivas, individuais ou feiras e eventos.
- Resumo das notícias veiculadas nos Jornais e Revistas de maior circulação. Também se faz resumo de publicações específicas da área de interesse do assessorado.
- Relação dos assuntos divulgados indexada por: veículo, título da matéria e página (quando impresso), programa e horário (TV ou rádio), endereço eletrônico (Internet).
- Levantamento das matérias publicadas nos veículos de comunicação. Organizados a partir da leitura, acompanhamento e seleção das notícias que interessam ao assessorado.
- Listagem atualizada com nome, editoria, fax, telefone, e-mail de jornalistas.

5. Entrevistas à imprensa precisam ser preparadas quando a empresa ou instituição tem algum fato a comunicar à opinião pública. Para a entrevista ser bem conduzida, e não fugir a seus objetivos são necessários alguns procedimentos por parte do Assessor de Imprensa. Quais são esses procedimentos?

- a) Lembre-se de que o repórter não é o sujeito desse trabalho, então evite dar informações complementares após a entrevista.
- b) Evite números e documentos em excesso, pois podem prejudicar a fonte.
- c) A assessoria não deve apoiar na organização desse material, além de verificar possíveis erros de português.
- d) Prepare-se previamente. Se possível, faça uma simulação conduzida pelo jornalista que o assessoria. Evite surpresas. A assessoria deve providenciar materiais como tabelas, fotos e gráficos, para apoiar a informação que pretende divulgar.
- e) Evite fotos e ilustrações durante a entrevista, pois podem de alguma maneira ilustrar de modo equivocado o fato que está acontecendo.

6. É correto afirmar sobre a assessoria de imprensa:

- a) Deve-se pedir ao repórter que o entrevistou para ler o texto antes de ser publicado.
- b) Sua função é vender produtos e sedimentar marcas e ideias.
- c) Assessoria de Imprensa lida com informações. Portanto, não precisa saber tudo que se passa na empresa/instituição.
- d) Não há garantias de que o assessor consiga espaços na mídia. Ele não deve fazer pressão junto aos colegas de redação.
- e) O espaço editorial não tem valor jornalístico, por essa razão tem menos credibilidade do que a publicidade.

7. Diz respeito ao newsmaking: os valores/notícia:

- a) um conjunto coerente de proposições, hipóteses de pesquisa e aquisições verificadas; há, porém, outros casos em que a utilização do termo é um pouco forçada já que designa mais uma tendência significativa de reflexão e/ou de pesquisa do que uma teoria propriamente dita.
- b) trata-se de um «termo guarda-chuva» de que, a cada passo, seria necessário precisar a utilização e a acepção. Dado não se poder reconstituir pormenorizadamente a sua gênese e a sua evolução, é suficiente que se especifiquem algumas das suas características principais, sobretudo as mais importantes para a definição da teoria hipodérmica.
- c) funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público.
- d) uma formação nova que não se baseia na personalidade dos seus membros, mas apenas naquelas partes que põem um membro em comum

com os outros todos e que equivalem às formas mais primitivas e ínfimas da evolução orgânica

- e) possibilidade de ele fornecer «bom» material visual, ou seja, imagens que não só correspondam aos standards técnicos normais, mas que sejam também significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento noticiado.

8. Diz respeito à Teoria do Espelho:

- a) O jornalista é um comunicador desinteressado, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviem de sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer.
- b) O processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos “gates”, isto é, portões que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não.
- c) O trabalho jornalístico é influenciado pelos meios de que a organização dispõe. Assim, esta teoria aponta para a importância do fator econômico na atividade jornalística.
- d) Os media noticiosos são vistos de uma forma instrumentalista, isto é, servem objetivamente certos interesses políticos: na versão de esquerda, os media noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo.
- e) Os jornalistas vivem sob a tirania do fator tempo. O seu desafio quotidiano é ter de elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal etc.). Todos os dias ou todas as semanas, é impensável a hipótese de o apresentador do telejornal, por exemplo, dizer “hoje não tem notícia” ou “temos hoje um programa mais curto porque não havia notícias suficientes”.

9. Sobre o texto no rádio é correto afirmar:

- a) O texto começa com o lead (o que, quem, quando, onde, como e por que). Procure a novidade, o fato que atualiza a notícia e a torna mais atraente possível. A missão do redator é conquistar o ouvinte na primeira frase. Se a primeira frase não levar à segunda, a comunicação está morta.
- b) Use frases longas: elas facilitam a respiração do apresentador/locutor e são menos difíceis de ser entendidas pelo ouvinte. Cada frase deve expressar uma idéia.
- c) O texto deve ter uma sequência lógica, na ordem direta. A regra é simples: verbo + sujeito + predicado.
- d) As gírias tem poder de tornar as conversas mais informais, contudo, devem ser usadas em situações essenciais ou se estiverem consolidadas no vocabulário do dia a dia.
- e) O uso de aspas deve ser empregado. Além de facilitar a entonação por parte do locutor, deve dar ao ouvinte uma impressão de que é o texto opinativo.

10. A redação de números exige algumas regras para facilitar a leitura e o entendimento do ouvinte. A esse respeito, assinale a alternativa que apresenta a redação correta.

- a) João Paulo I, 56 mil árvores e 0,4%.
- b) Trinta mil sapatos, Dom Pedro primeiro e Quinze vírgula oito por cento.
- c) 2/3 da população, doze por cento, e oito da manhã.
- d) 7:00h, João Paulo primeiro e 4 mil casas.
- e) Zero Vírgula quatro por cento, 10,2% e Um milhão e 800 mil reais.

11. É correto afirmar sobre a entrevista para o rádio:

- a) Ao longo da entrevista, não se deve repetir o nome do entrevistado ou seu cargo e função.
- b) O entrevistador não pode colocar-se no lugar do ouvinte e perguntar aquilo que considera mais importante sobre o assunto.
- c) A entrevista deve ser um bate-papo entre duas pessoas. O entrevistado está falando para o ouvinte e não exclusivamente para o jornalista.
- d) Nunca se deve pedir para o entrevistado explicar melhor a ideia sobre o tema abordado.
- e) A pergunta deve ter tamanho certo, suficiente para que o ouvinte entenda o assunto. Alguns entrevistadores falam tanto sobre o tema que acabam respondendo à própria pergunta, deixando o entrevistado sem ter o que dizer.

12. A reportagem, segundo Cláudio Abramo “é uma narrativa, simplesmente uma narrativa. Ela depende muito do poder de observação do narrador, da maneira de transmitir essa observação em palavras e de saber concatenar bem a forma de expressá-la.” Dessa forma, a reportagem para o rádio tem suas especificidades, então é correto afirmar que:

- a) O rigor na apuração dos fatos é determinante para a qualidade da reportagem. O repórter precisa ter o máximo de informações sobre o assunto que cobriu. A reportagem deve responder a todas as perguntas comuns que o ouvinte poderia fazer.
- b) Sempre que possível, o jornalista deve gravar, porém não pode guardar as entrevistas com as fontes, ainda que nem tudo seja reproduzido na reportagem.
- c) Dados e números devem ser usados livremente, pois ajudam a elucidar os fatos.
- d) O humor deve ser mantido, por exemplo, quando se está realizando uma reportagem e alguém leva um tombo.
- e) O jornalismo é trabalho individual. O entrosamento do repórter com a redação e os técnicos tem pouca importância no momento em que se está realizando a reportagem e apurando os fatos.

13. Segundo o autor Francisco José Karam, na obra “Jornalismo, ética e liberdade”, de 1997, o que é necessário para que se tenha “cada vez mais, profissionais inteiros, tecnicamente competentes, politicamente conscientes e eticamente comprometidos com a realização da universalidade humana que mediam todos os dias”?

- a) A realidade pode fragmentar-se em unidades completas e independentes, passíveis de interpretação em forma de textos breves e autônomos (notícias).
- b) A busca de princípios éticos assinados pelos empresários que assegurem que a informação deve obedecer ao interesse público e não deve ter distintas versões, mesmo equilíbrio de fontes antagônicas e jamais beneficiar o jornalista ou as empresas jornalísticas.
- c) A defesa da vinculação da realização ética da profissão com medidas efetivas para a democracia informativa nos meios de comunicação, incluindo políticas que não favoreçam a segmentação do mercado e a diversificação da propriedade, além de evitar o controle social sobre a mídia existente hoje e o acesso plural aos meios.
- d) O jornalista trabalha com a diversidade de tempos sociais, com a diversidade de memórias coletivas, com algumas memórias autobiográficas ou pessoais, que idealmente devem expressar-se em seu tempo singular de produção informativa.
- e) A defesa da ética da profissão com medidas efetivas para a democracia informativa nos meios de comunicação, incluindo políticas que favoreçam a segmentação do mercado, a diversificação da propriedade, o controle social sobre a mídia existente hoje e o acesso plural aos meios.

14. No telejornal, é usada quando não se tem um Repórter, mas existe uma notícia. A matéria é redigida pelos Editores, lida pelos Apresentadores dos telejornais e cobertas com imagens. O apresentador sai da tela e entram imagens externas para cobrir a locução do Apresentador/Âncora.

- a) Boletim
- b) Stand-up
- c) Nota coberta
- d) Nota Simples
- e) Encerramento

15. No telejornal, é projeto escrito do que será o telejornal, com a ordem de entrada das matérias e o tempo estipulado para cada uma delas. É a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal, com a previsão dos comerciais e encerramento. É feito pelo Editor-Chefe e todas as pessoas envolvidas no telejornal recebem uma cópia. Ajuda a equipe a visualizar o conjunto do telejornal e o Editor-Chefe a não estourar o tempo previsto.

- a) Bloco
- b) Pré-Espelho
- c) Espelho
- d) VT
- e) Stand-up

16. Quanto à edição de uma reportagem para um telejornal, sinalize qual das características NÃO está correta:

- a) Ordenar as questões que vão ajudar a introduzir os tópicos que deverão ser abordados na entrevista. Se houver tempo, é conveniente ter uma conversa prévia com o entrevistado para esclarecer pontos duvidosos, mantendo o cuidado para não antecipar demais o teor das perguntas para que não se perca a espontaneidade no momento da entrevista.
- b) Na construção de uma reportagem, os fatos inicialmente se apresentam em etapas, esperando que sejam cronologicamente assimilados.
- c) É preciso identificar os elementos fundamentais da notícia e saber quais as imagens disponíveis que se tem para serem usadas de forma coordenada com as informações.
- d) Podem ser imagens gravadas na própria fita onde foi gravada a matéria, ou através do banco de imagens da emissora. Se houver imagens correspondentes às informações que se pretende incluir no nosso texto, ótimo. Se não, é necessário ir em busca de alguma solução visual (gráficos/animações) que possa ajudar na edição da matéria.
- e) O contexto (enredo) deve estar no off, é gravado pelo Repórter e coberto pelas imagens selecionadas. O Apresentador/Âncora também grava offs, tanto em reportagens, quanto em notas cobertas. Tempo do off: 20" a 30".

17. No telejornal, é o trecho selecionado das entrevistas. No *hard news* não pode ser muito longa (12 a 20 segundos). Uma frase de efeito do entrevistado com poucos segundos dá ritmo à matéria.

- a) Abertura
- b) Sonora
- c) Cabeça do Locutor (Lead)
- d) Passagem do Repórter
- e) TEXTO em off

18. Sobre a produção de texto para as mídias digitais, podemos afirmar que:

- a) o jornalismo digital chegou para desconstruir o *lead*, pois o modo descompromissado de navegar dos internautas não exige a tradicional forma de pirâmide invertida nos textos jornalísticos.
- b) a produção de matérias recheadas de verbos na forma passiva e a mistura de metáforas com clichês prende a atenção do leitor.
- c) a web é sisuda, por isso é preciso investir em textos densos.
- d) um bom texto de mídia eletrônica usa sentenças concisas, simples e declarativas, que se atêm a apenas uma ideia.
- e) um bom texto de mídia eletrônica usa sentenças amplas, complexas e declarativas, que se atêm a apenas uma ideia.

19. O termo "convergência" tem sido utilizado exaustiva e diversificadamente em toda a literatura que envolve o *status* das mídias contemporâneas e no relato de experiências em redações. O termo é usado em múltiplos contextos, podendo, quando relacionado às mídias digitais, ser associado:

- a) a um projeto arquitetônico moderno para as redações, com salas amplas que integram redações de várias mídias (impresso, rádio e TV).
- b) ao desenvolvimento de softwares e hardware que facilitam a troca de informações e mixagem de conteúdo na web.
- c) à criação de canais de informação e conversação independentes das fontes formais.
- d) aos equipamentos e sistemas de acesso às redes digitais, a estruturas organizacionais, a diferentes níveis de processos de produção do conteúdo midiático, a políticas públicas de uso e acesso às TIC.
- e) aos sistemas de acesso às redes convexas, a estruturas orgânicas, aos diferentes níveis de processos de produção de notícias, a políticas privadas de uso e acesso às TIC.

20. Para além da questão conceitual, os aspectos correlatos à convergência apontam para a necessidade, em termo metodológicos, da construção de modelos de convergência que incluam variáveis de ordem:

- a) linguística, as quais contemplem uma mudança no padrão narrativo adotado até então pelos redatores.
- b) tecnológica, estratégica, organizacional, comunicacional e narrativa.
- c) tecnológica, estrutural, empresarial e comercial.
- d) organizacional, com ênfase no desenvolvimento de tecnologias voltadas para a interação com os leitores.
- e) convexa, estratégica, midiática, comunicacional e narrativa.

21. Encontramos, na atualidade, uma grande quantidade de definições para web 2.0, de onde o que surge com força é a:

- a) autonomia do usuário e, portanto, uma explícita redução da necessidade de mediação para que ele se comunique, se informe, opine, se expresse e se mobilize.
- b) rapidez na distribuição de conteúdo.
- c) possibilidade de os jornalistas produzirem conteúdo em tempo real, com a facilidade de terem à disposição ferramentas de interação com o usuário.
- d) necessidade de mudança e inovação nas empresas de comunicação.
- e) falta de autonomia do usuário.

22. Conceituar notícia é, talvez, uma das mais difíceis tarefas para os jornalistas, pois a maioria dos profissionais se vale de uma cultura própria para decidir o que é ou não notícia. Entretanto, teóricos da comunicação sistematizaram esses critérios de seleção, o que o professor Mauro Wolf, em Teorias da Comunicação, chama de:

- a) Categorias substantivas, isto é, o complexo sistema de seleção da importância de um fato a partir da perspectiva teórica do *newsmaking*.
- b) Noticiabilidade, ou seja, a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia. O grau de noticiabilidade é medido pelos valores-notícia.
- c) Objetividade, categoria na qual estão os aspectos relevantes de um fato: proximidade, abrangência e relevância social.
- d) Modelos referenciais, segundo os quais os jornalistas se baseiam em referências do cotidiano para selecionar os fatos a serem noticiados.
- e) Noticiabilidade, ou seja, o complexo sistema de seleção da importância de um fato a partir da perspectiva teórica do *newsmaking*.

23. Os pesquisadores brasileiros que se ocupam com estudos sobre o jornalismo sistematizaram uma classificação em gêneros jornalísticos, os quais são divididos em dois grandes grupos:

- a) Noticiário e Página editorial.
- b) Jornalismo impresso e jornalismo digital.
- c) Jornalismo informativo e jornalismo opinativo.
- d) Informativos, De opinião e Amenos.
- e) Jornalismo investigativo.

24. Nilson Lage (2005), no tópico que trata de desenvolvimento da notícia, defende que, no Brasil, após o *lead*, é costume entre os jornalistas a redação de um segundo parágrafo, com informações adicionais, formando um:

- a) *Leadflash*.
- b) *Lead* secundário ou *sublead*.
- c) *Lead* narrativo.
- d) *Lead* resumo ou *lead* clássico.
- e) *Lead* narrativo e *flash*.

25. Na Teoria do *Newsmaking* são considerados os seguintes pressupostos:

- a) O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade. É no trabalho de enunciação que os jornalistas produzem os discursos que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia.
- b) O jornalismo reflete a realidade dos fatos. Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. O jornalista tem o papel de mediador, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto

sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais.

- c) O conceito refere-se ao poder que os jornalistas têm de decidir se deixam passar a informação ou se a bloqueiam. Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles fatos que passam por uma cancela ou portão.
- d) A imprensa funciona como agente modeladora do conhecimento, usando estereótipos como forma simplificada e distorcida de entender a realidade. Significa dizer que cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem, como numa ação hipodérmica.
- e) O jornalismo reflete a realidade dos fatos, ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles fatos que passam por uma cancela ou portão.

	a	b	c	d	e
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					