

**EDITAL DE CONCURSO PÚBLICO - 08/2011**

**Cód. 71 – Repórter Redator I**

1. A afirmação de que todo ato comunicacional pode ser definido como uma forma de recriação da realidade apóia-se, entre outras coisas, no fato de que:
  - A) ao se comunicar, o ser humano recria mecanismos simbólicos do real.
  - B) quem formula e transmite uma mensagem faz um recorte da realidade.
  - C) a transmissão de informações é a grande transformadora da realidade.
  - D) em geral, há uma tendência do ser humano em distorcer a realidade.
2. Assinale abaixo a alternativa que traz uma afirmação correta a respeito da comunicação de massa.
  - A) A comunicação de massa atinge pessoas de diferentes classes sociais.
  - B) A comunicação de massa visa compreender as realidades de determinados públicos.
  - C) Os indivíduos percebem a realidade ao receberem grande quantidade de mensagens.
  - D) Na comunicação de massa, a distinção de públicos está mais presente.
3. O texto jornalístico de caráter exclusivamente informativo pressupõe que:
  - A) as declarações de entrevistados sejam descartadas, para evitar conclusões.
  - B) o redator mantenha a neutralidade em relação aos fatos relatados.
  - C) quanto mais curto, melhor.
  - D) não sejam utilizadas palavras difíceis.
4. Em um texto jornalístico, as declarações dos personagens envolvidos com os fatos relatados são importantes para a compreensão do público a respeito do ocorrido. Nesse sentido, o repórter ou redator deve se assegurar de que:
  - A) as declarações mencionadas fiquem mais próximas do que o jornalista espera.
  - B) o entrevistado possa mudar suas declarações, caso elas não encaixem na notícia.
  - C) o que for publicado expresse exatamente o que disseram os entrevistados.
  - D) em nenhuma hipótese, o texto final fuja da pauta prevista inicialmente.
5. A propósito do fim da Lei de Imprensa, decretado em 2009 pelo Supremo Tribunal Federal (STF), é correto afirmar que:
  - A) a Lei de Imprensa era incompatível com as novas tecnologias usadas na prática jornalística no Brasil.
  - B) ações contra jornalistas devem se basear na Constituição Federal e nos Códigos Penal e Civil.
  - C) sem a Lei de Imprensa, o jornalismo ficará mais dinâmico e menos sensacionalista.
  - D) não haverá mais como processar jornalistas com base em normas federais, a não ser que o STF acolha a solicitação.
6. Assinale a opção que traz uma afirmação falsa a respeito da relação entre o jornalista e suas fontes.
  - A) O jornalista não deve usar a sua atividade para beneficiar suas fontes.
  - B) O interesse do público pela informação deve estar acima do interesse da fonte.
  - C) A identidade da fonte deve ser preservada em caso de risco à sua integridade física.
  - D) A notícia é sempre mais importante que a segurança das fontes de informação.
7. Um dos critérios para a escolha das notícias a serem divulgadas é o da proximidade, requisito tido como um grande trunfo dos jornais do interior e de outras publicações comunitárias porque:
  - A) notícias locais costumam despertar maior interesse dos leitores.
  - B) as pessoas gostam de ver seus conhecidos ficarem famosos.
  - C) a linguagem utilizada fica mais próxima dos leitores.
  - D) os textos, em geral, são mais enxutos e dinâmicos.

8. Na redação jornalística, o uso da técnica chamada “Pirâmide Invertida” significa que o texto deva começar:
- A) pelas informações mais relevantes a respeito do fato.
  - B) por pormenores que ajudem a contextualizar o leitor.
  - C) por uma declaração forte de um dos entrevistados.
  - D) pelas informações exclusivas colhidas pelo repórter na apuração.
9. Tem como objetivo explicar uma notícia expondo ao público as razões que levaram à ação ou ao fato noticiado, mostrando seus antecedentes e suas perspectivas. A definição se refere ao jornalismo conhecido como:
- A) editorial.
  - B) interpretativo.
  - C) sensacionalista.
  - D) diversional.
10. No jornalismo, o termo “suíte” significa:
- A) espaço destinado à divulgação das notícias mais relevantes.
  - B) texto menor que aborda determinado aspecto de uma reportagem.
  - C) descrição cronológica dos acontecimentos no jornal.
  - D) a sequência de cobertura de um fato nas edições de um jornal.
11. Uma das alternativas abaixo a respeito de reportagem jornalística é falsa. Assinale qual:
- A) é um relato ampliado sobre determinado fato.
  - B) traz informações de mais de uma fonte.
  - C) permite a opinião do repórter, desde que apoiada pelos entrevistados.
  - D) não dispensa a neutralidade do repórter diante dos relatos .
12. Indique qual das afirmações abaixo é incompatível com as técnicas para redação de um texto jornalístico.
- A) Utilize os adjetivos para contextualizar o leitor.
  - B) Dê preferência a verbos na voz ativa.
  - C) Escreva na ordem direta.
  - D) Evite orações com muitas palavras.
13. “Os assessorados da área pública, como o governo, em todas as instâncias (federal, estadual e municipal), sabem que é o caráter fiscalizador que pauta as matérias sobre o setor.” (MAFEI, 2007). A partir dessa afirmação, é possível concluir que:
- A) O assessor de imprensa na área pública deve divulgar informações do cliente somente em último caso.
  - B) A prestação de contas é o principal objetivo de uma assessoria de imprensa no setor público.
  - C) O mais importante é aquilo que traz maior exposição e dividendos à imagem do cliente.
  - D) Somente notícias positivas devem ser alvo de divulgação por parte dos assessores de imprensa da área pública.
14. Assinale qual das opções abaixo define corretamente o que é um *press release*.
- A) Texto promocional com o intuito de reforçar aspectos positivos do cliente de uma assessoria de imprensa.
  - B) Texto subjetivo relatando opiniões e fatos relacionados aos assessorados.
  - C) Texto de divulgação sobre os feitos da empresa ou instituição cliente.
  - D) Texto de caráter informativo que visa despertar a atenção do jornalista para algum fato ou notícia de uma empresa ou instituição pública ou privada.
15. A convocação da imprensa para uma entrevista coletiva deve, primordialmente, levar em consideração:
- A) o interesse único e expresso do assessorado em relação ao público atingido.
  - B) o retorno positivo que o fato possa trazer.
  - C) o número de jornalistas e veículos que serão convidados.
  - D) o impacto do assunto a ser tratado sobre a população.
16. Em uma entrevista individual ou coletiva de imprensa, o *press kit* tem a função de:
- A) realçar as informações positivas a respeito do entrevistado.
  - B) orientar os jornalistas apenas sobre a personalidade do entrevistado e da instituição em foco.
  - C) exhibir textos e outros materiais sobre os esclarecimentos que serão transmitidos pelo entrevistado.
  - D) evitar que o jornalista tenha que escrever a matéria.

17. Indique qual das alternativas abaixo traz uma afirmação equivocada sobre os objetivos do *media training*.
- A) Preparar o assessorado para atender à imprensa.
  - B) Ensinar o porta-voz a não fornecer a informação que interessa aos jornalistas.
  - C) Garantir maior clareza às entrevistas concedidas pelo cliente.
  - D) Ajudar o porta-voz a se familiarizar com o ambiente de trabalho do jornalista.
18. No caso de algum veículo publicar informações incorretas a respeito de um fato divulgado pela assessoria de imprensa ou por seu cliente, a primeira providência que o assessor deve tomar é:
- A) convencer o cliente de que aquilo não foi culpa da assessoria, e sim maldade do jornalista.
  - B) não conceder mais entrevistas para aquele veículo.
  - C) entrar em contato com o veículo e solicitar, de forma cordial, a correção das informações.
  - D) entrar com ação na Justiça pedindo direito de resposta.
19. Um dos efeitos das novas tecnologias na área de comunicação foi o surgimento da Transmídia, fenômeno que pode ser definido como:
- A) convergência entre texto e imagem em movimento.
  - B) aumento da velocidade de transmissão nas várias mídias.
  - C) interação total entre os veículos de comunicação e seus públicos.
  - D) transporte da informação por múltiplas plataformas de comunicação.
20. Uma das principais características do jornalismo online é a hipertextualidade, que nada mais é do que:
- A) a facilidade com que se dá o acesso à informação digital.
  - B) a possibilidade de se estabelecer ligações entre textos e outros conteúdos.
  - C) a instantaneidade na transmissão das informações sobre os fatos.
  - D) um movimento que pretende fazer da internet o mais poderoso veículo de informação.
21. Diferentemente da comunicação mercadológica, cujo objetivo central é o de “vender” produtos e/ou serviços, a comunicação institucional preocupa-se em estabelecer vínculos sólidos e duradouros entre uma organização pública ou privada com seus públicos de interesse. A partir dessa constatação, é possível afirmar que a comunicação institucional:
- A) não tem qualquer influência sobre os resultados dos negócios da organização.
  - B) fomenta uma percepção positiva sobre a atuação social da organização.
  - C) está mais voltada para dentro do que para fora da organização.
  - D) busca evitar que o público externo enxergue pontos negativos na organização.
22. Um jornalista pode exercer múltiplas tarefas em uma organização não jornalística, seja ela pública ou privada. Assinale qual das atividades mencionadas abaixo não se insere nesse rol.
- A) Anúncios publicitários.
  - B) Textos para internet.
  - C) Publicações impressas.
  - D) Conteúdos para jornais murais e quadros de avisos.
23. Muitos especialistas afirmam que a comunicação no setor público sofreu grandes transformações nas duas últimas décadas. Indique qual das alternativas abaixo menciona uma das razões para essas mudanças.
- A) A maior pulverização dos veículos de massa.
  - B) As mudanças no processo eleitoral.
  - C) Aumento na quantidade de pessoas trabalhando no setor.
  - D) A exigência da sociedade por maior transparência.
24. A respeito do processo de produção jornalística, é errado afirmar que:
- A) A pauta é o ponto de partida do trabalho do repórter.
  - B) O editorialista é quem escreve os textos com a opinião do jornal.
  - C) A forma de editar o material colhido é a mesma, seja em impresso ou eletrônico.
  - D) A checagem com mais fontes garante credibilidade à notícia.
25. Em essência, a atividade jornalística pode ser resumida da seguinte forma:
- A) escolha de fontes e angulações diferentes para os mesmos fatos.
  - B) captação e seleção das informações, para posterior tratamento escrito, oral, visual e digital.
  - C) antecipação dos acontecimentos de forma precisa.
  - D) equalização do nível de conhecimento dos públicos sobre todos os fatos.

26. Área de grande importância no âmbito da comunicação organizacional, o *Endomarketing* tem como alvo principal o público formado por:
- A) autoridades ligadas à atividade principal da organização.
  - B) líderes da comunidade onde a organização está instalada.
  - C) funcionários da empresa ou instituição.
  - D) clientes e fornecedores.
27. Logo no início de situações de crise, como, por exemplo, acidentes ou outros fatos negativos envolvendo o nome da organização cliente, é natural que os assessores de imprensa sejam pegos de surpresa, com perguntas para as quais nem eles nem o próprio assessorado têm respostas. Nessa hora, o melhor a fazer é:
- A) ignorar a imprensa até que consiga as informações necessárias.
  - B) desmentir qualquer fato que possa colocar a imagem do assessorado em risco.
  - C) colocar algum técnico ou executivo que possa despistar o jornalista.
  - D) admitir que ainda não tem as informações naquele momento e prometer fornecê-las o mais rápido possível.
28. Uma das principais atividades de uma assessoria de imprensa é a elaboração do chamado *House Organ*, que vem a ser:
- A) um sistema de organização e acompanhamento das atividades (ou da “casa”) realizadas por uma assessoria para determinado cliente.
  - B) uma visitação à empresa ou instituição dos familiares dos funcionários ou mesmo de integrantes da comunidade, para conhecer as instalações.
  - C) uma publicação voltada prioritariamente para o público interno, mas que também pode atingir públicos externos de uma organização.
  - D) coletânea das principais notícias de interesse da organização assessorada, para circulação entre seus principais executivos.
29. Apesar dos interesses divergentes entre os papéis de assessor de imprensa e de jornalista de redação, há objetivos em comum. O principal deles é:
- A) melhorar a qualidade de vida das pessoas no país.
  - B) evitar que alguém fique com a imagem arranhada por falta de informação.
  - C) intensificar o fluxo de informações para a sociedade.
  - D) atingir notoriedade e sucesso na atividade jornalística.
30. Na esfera pública, o objetivo de uma campanha institucional deve ser o de:
- A) elevar os índices de popularidade das autoridades envolvidas com o assunto.
  - B) levar ao conhecimento da população fatos significativos ocorridos no âmbito do órgão.
  - C) promover uma imagem positiva para as instituições ligadas ao governo.
  - D) eliminar qualquer risco de favorecimento a este ou àquele órgão.
31. Especialistas e estudiosos do jornalismo rechaçam a idéia de criar nos jornais impressos editoriais e até cadernos especiais dedicados aos jovens. Para eles, essa não é uma boa estratégia para atrair leitores jovens porque:
- A) quem procura um jornal está interessado no noticiário de maneira geral; senão, compraria uma revista especializada.
  - B) os jovens são muito alienados e não valorizam a importância de um espaço só seu nos jornais.
  - C) a linguagem jornalística está muito distante daquela ensinada nas escolas de ensino médio do país.
  - D) os jovens não têm maturidade para entender, compreender os assuntos tratados nesses espaços específicos.
32. Apesar de não ter a imagem a seu favor, o radiojornalismo possui outras características que lhe dão vantagem em relação a outros meios, como a maior mobilidade e o imediatismo. Assinale qual das alternativas explica, respectivamente, essas duas características do radiojornalismo.
- A) Cobertura em vários lugares ao mesmo tempo e transmissão agilizada para várias regiões do país.
  - B) Possibilidade do uso do celular e rapidez na produção das reportagens, mesmo de locais distantes.
  - C) Liberdade de escolha para o ouvinte e facilidade na checagem da informação.
  - D) Fácil deslocamento até o local dos fatos e transmissão no momento em que estes acontecem.
33. Graças à possibilidade de o ouvinte receber a mensagem radiofônica ao mesmo tempo em que realiza outra atividade, o rádio é considerado por muitos como uma companhia. Por conta disso, o regionalismo é outra importante característica do meio. Para o jornalismo de rádio, isto significa que:
- A) A audiência fica comprometida por causa da dispersão dos ouvintes.
  - B) Quanto mais regional for o noticiário, mais simplificadas ficam as reportagens.
  - C) os programas jornalísticos devem dar maior espaço para fatos e temas da cidade ou região.
  - D) O ouvinte espera sempre mais do noticiário geral.

34. No processo de produção em telejornalismo, o cinegrafista é peça-chave na estruturação da reportagem, devendo receber as mesmas orientações de pauta que o repórter. Isto porque no telejornalismo:
- A) o telespectador gosta de apreciar imagens em movimento, mesmo sem informação.
  - B) a imagem reforça a credibilidade da informação que está sendo lida.
  - C) como peça de entretenimento, a reportagem telejornalística deve se esmerar plasticamente.
  - D) quanto mais bonita a imagem captada, maior a audiência do telejornal.
35. Ao contrário do rádio, a TV costuma transmitir a maior parte de sua programação no sistema de redes, incluindo o jornalismo, muitas vezes com abrangência nacional. Essa característica acaba influenciando a produção dos telejornais, que:
- A) buscam uma linguagem menos regional, evitando expressões de entendimento restrito.
  - B) selecionam repórteres com conhecimento amplo de todas as culturas e regiões.
  - C) revisam seus textos com a ajuda de linguístas regionais.
  - D) Produzem textos com explicações pormenorizadas dos termos.
36. Na elaboração do texto jornalístico para mídia impressa, o intertítulo tem o objetivo de oferecer ao leitor uma pista do aspecto a ser tratado no bloco seguinte. Além disso, exerce a função de:
- A) melhorar o entendimento do leitor em torno do fato narrado por todo o texto.
  - B) evitar que o repórter/redator esqueça alguma passagem importante.
  - C) estabelecer uma dinâmica de interação do texto com o leitor.
  - D) arejar a diagramação de textos longos e proporcionar uma pausa na leitura.
37. Assinale qual das alternativas abaixo menciona um benefício das redes sociais na internet para a comunicação institucional.
- A) Estar mais próximo e agradar ao público jovem, o mais importante formador de opinião.
  - B) Dispensar o trabalho de relacionamento com a imprensa e seu consequente desgaste.
  - C) Mostrar que a organização é moderna em tudo o que faz.
  - D) Monitorar, em tempo real, o que está se falando ou pensando sobre a organização.
38. A propósito das funções no jornalismo de redação, assinale qual alternativa apresenta uma explicação falsa.
- A) O secretário de redação auxilia o editor-chefe na organização final do jornal.
  - B) O ombudsman é o responsável por defender os interesses do editor do jornal.
  - C) No jornalismo online, a função do *web designer* corresponde à do diagramador.
  - D) O colunista tem liberdade para emitir suas opiniões.
39. Na relação do assessor de imprensa com o repórter, algumas atitudes são reprováveis. Indique qual das alternativas abaixo menciona uma dessas atitudes.
- A) Após uma entrevista na organização, solicitar ao repórter que envie o texto para revisão.
  - B) Colocar-se à disposição para informações adicionais após uma entrevista.
  - C) Perguntar ao repórter a data ou edição em que deve sair a reportagem em questão.
  - D) Ajudar o repórter na coleta de informações adicionais sobre determinado tema.
40. Uma das habilidades mais valorizadas atualmente nas assessorias de imprensa é a pró-atividade na condução dos trabalhos. Isto significa que o assessor contratado deve:
- A) Tentar “plantar” notícias que sejam favoráveis à imagem do assessorado.
  - B) Sugerir a divulgação de ações promovidas pelo assessorado, mesmo antes que este solicite.
  - C) Proteger o assessorado de perguntas inconvenientes da imprensa, pedindo antes ao repórter que não as faça.
  - D) Redigir previamente o texto sobre a entrevista que ainda será feita e entregar ao repórter.