



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
COORDENADORIA DE CONCURSOS – CCV

**Concurso Público para Provimento de Cargos  
Técnico-Administrativos em Educação**

**EDITAL Nº 334/2013**

CARGO

***Jornalista/Assessoria de Imprensa***

**CADERNO DE PROVAS**

- PROVA I - Língua Portuguesa - Questões de 01 a 20
- PROVA II - Conhecimentos Específicos - Questões de 21 a 50

Data: 20 de outubro de 2013.

Duração: 04 horas

Coloque, de imediato, o seu número de inscrição e o número de sua sala nos retângulos abaixo.

Inscrição

Sala

**Concurso Público/UFC 2013**

**TEXTO 1**

01 A economia brasileira apresenta relações tecnológicas variadas com o mundo exterior, produto  
02 das suas trajetórias históricas de desenvolvimento. A industrialização e o modo que assumiu, com  
03 participação relevante de empresas de capital estrangeiro e um interesse modesto das empresas  
04 nacionais por esforços tecnológicos próprios, ajudaram a moldar as relações entre o Brasil e os  
05 demais países nesse quesito. Por um lado, a internalização de capacidades industriais e a competição  
06 entre as empresas apoiaram-se bastante na importação de máquinas e equipamentos, com apoio da  
07 assistência técnica dos fornecedores. Por outro lado, as empresas de capital estrangeiro puderam  
08 estabelecer uma clara supremacia industrial e tecnológica recorrendo à fonte segura da sua matriz e  
09 reproduzindo localmente as suas posições relativas do cenário internacional. Experiências  
10 tecnológicas diferenciadas foram entabuladas sobretudo pelas empresas estatais, em diferentes  
11 contextos: pesquisa agrícola (Institutos Agronômicos, Embrapa), Petrobras, Embraer, Programa Nuclear,  
12 Pesquisas Espaciais, Proálcool são exemplos de esforços conduzidos ou patrocinados pelo Estado.

13 Vistas em retrospectiva, várias das escolhas produziram efeitos que nem sempre foram  
14 antecipados. A Petrobras ajudou a construir um setor de bens de capital relevante desde os anos 1950,  
15 mas sem projeção internacional digna de maior registro. É possível que essa experiência possa  
16 suscitar reflexões sobre a nova onda de investimentos que se avizinha: a mera criação de um setor  
17 fornecedor para a Petrobras e o setor de petróleo no Brasil poderá contribuir para criar uma indústria  
18 dinâmica e com projeção internacional? (...)

19 Pelo mesmo caminho das preocupações com a nacionalização da produção (embora o termo  
20 mais adequado pudesse ser territorialização ou internalização), a indústria automobilística alcançou  
21 um patamar elevado de produção e um certo grau de sofisticação dos processos e dos produtos.  
22 Apesar disso, a sua balança comercial não se apresenta hoje tão robusta e – mais grave – continua  
23 dependente de uma tarifa externa muito elevada. A base ampliada do comércio regional e a divisão de  
24 trabalho com a indústria argentina no âmbito do Mercosul ajudaram a consolidar uma atividade de  
25 grande importância e impactos plurais, mas de conteúdo tecnológico ainda muito distante do que seria  
26 esperável depois de mais de meio século de produção local por empresas que lideraram por tanto  
27 tempo o oligopólio automobilístico mundial, secundadas por entrantes mais recentes. Índícios  
28 recentes parecem apontar para um reforço das equipes locais de engenharia das empresas  
29 estabelecidas, mas o termo "pesquisa" do trinômio PD&I está ainda longe de ter uma expressão mais  
30 significativa. Isso será tão mais importante quando se considerar que a indústria automobilística  
31 parece estar no advento de uma transição motivada pela energia. Embora tenha contribuído durante  
32 muito tempo para substituir importações, o setor não parece preparado para participar de modo ativo  
33 do duplo esforço que se avizinha – combater o avanço muito agressivo da indústria chinesa e indiana  
34 e construir uma posição sólida na nova indústria automobilística em gestação.

35 Por um caminho inteiramente distinto, sem preocupações tão estritas com relação ao conteúdo  
36 nacional da produção, partindo mais do elemento intangível do que da produção material, o setor  
37 aeronáutico alcançou uma projeção internacional a partir de um prolongado esforço de capacitação. É  
38 impossível afirmar que a exportação de aviões é o principal resultado daquele esforço de capacitação  
39 tecnológica iniciado há tanto tempo. Sucessivas gerações de engenheiros, com sólida formação  
40 científica e tecnológica, preocupados com as trajetórias de desenvolvimento da indústria e com a  
41 tecnologia, são um coproduto de importância incomensurável.

42 Uma das lições que a perspectiva adotada neste ensaio propicia consiste em considerar de modo  
43 mais efetivo o tempo e os seus efeitos. Investimentos tecnológicos são, por sua natureza, mais difíceis  
44 de construir do que investimentos em capacidades de produção, mormente quando os elementos  
45 tangíveis dos processos e produtos estabelecidos estão disponíveis. Demorou muito mais tempo para  
46 construir uma indústria aeronáutica do que a automobilística, mas uma e outra possuem trajetórias  
47 muito distintas. Esta baseou-se na importação de máquinas, equipamentos, tecnologias, projetos  
48 e *know-how* e aquela na construção dos elementos de conhecimento e só progressivamente nas suas  
49 derivações tangíveis.

FURTADO, João. As relações tecnológicas do Brasil com o mundo exterior: passado, presente e perspectivas. Rev. USP n.º 89. São Paulo mar./maio 2011.

- 01.** Segundo o autor, a economia brasileira em suas relações tecnológicas com o exterior:
- A) reflete os percursos históricos de sua própria formação econômica.
  - B) caracteriza-se por um predomínio incontroverso de empresas nacionais.
  - C) prescindiu do apoio estatal para alavancar os setores energético e agropecuário.
  - D) compôs-se com um investimento maciço na capacitação de recursos humanos internos.
  - E) sinaliza a sua inclusão no grupo das nações hegemônicas em tecnologia de toda ordem.
- 02.** Conforme o texto, os setores da economia brasileira que se diferenciaram por ter recebido grande investimento ou apoio estatal são:
- A) bancário, espacial, nuclear e petrolífero.
  - B) espacial, nuclear, agropecuário e pesqueiro.
  - C) agropecuário, petrolífero, aeroviário e alcooleiro.
  - D) agropecuário, espacial, siderúrgico e aeroviário.
  - E) petrolífero, metalúrgico, agropecuário e habitacional.
- 03.** Em conformidade com o texto, o termo “pesquisa” (linha 29) é interpretado como:
- A) a produção tecnocientífica, de iniciativa privada, de êxito incontestável.
  - B) uma componente inexpressiva na relação com o desenvolvimento e a inovação.
  - C) a replicação de experimentos científicos estrangeiros nas universidades brasileiras.
  - D) o incremento da especulação de caráter acadêmico sem préstimo econômico-social.
  - E) a transformação da política de desenvolvimento industrial, por obra da iniciativa privada.
- 04.** Segundo o texto, a respeito das escolhas feitas, historicamente, pela sociedade brasileira relativas ao setor econômico, é correto afirmar que:
- A) prevalece o investimento na capacitação tecnológica de pessoal em detrimento da importação de tecnologia.
  - B) ocorre uma disputa de projetos de importação de tecnologias prontas e de capacitação interna.
  - C) prospera um retrocesso tecnológico a ponto de estrangular setores da indústria automobilística e aeroviária.
  - D) sobressai a integração articulada das instituições de educação técnica e tecnológica com os setores econômicos.
  - E) prepondera, sem questionamento da comunidade acadêmica, o investimento em soluções prontas, única e exclusivamente.
- 05.** Segundo o texto, distinguem-se os termos ‘nacionalização’(linha 19) e ‘territorialização’ (linha 20) devido à:
- A) criação de empresas nacionais promotoras da mudança do sistema de produção internacional.
  - B) exigência governamental de nacionalização do capital das empresas multinacionais instaladas no Brasil.
  - C) instalação de empresas brasileiras privadas no exterior, em esfera global, com amplo suporte estatal.
  - D) presença majoritária de empresas multinacionais em território brasileiro em parceria com o capital nacional.
  - E) instalação de multinacionais no Brasil, com tecnologia externa transplantada, sem investimento em capacitação.
- 06.** O texto distingue os setores das indústrias aeronáutica e automobilística no Brasil, com base em:
- A) otimização do sistema de importação de peças de reposição.
  - B) exploração de matéria-prima de países membros do Mercosul.
  - C) desregulamentação da legislação trabalhista, com redução da jornada.
  - D) adoção de fontes de combustíveis renováveis em suas operações internas.
  - E) predomínio de investimento ou em capital humano ou em produção material.
- 07.** Conforme o texto, a respeito da configuração da indústria automobilística brasileira, é correto afirmar que:
- A) a tecnologia do setor fortaleceu, desde sempre, o setor de importações.
  - B) as equipes de engenharia do setor estão sendo reduzidas e desmontadas.
  - C) o oligopólio mundial continua a controlar o mercado, porém com nova concorrência.
  - D) a ampliação do comércio regional com a Argentina contribui para desaquecer o setor.
  - E) o setor encontra-se pronto para enfrentar a indústria congênere chinesa e indiana.

08. Assinale a alternativa cujo vocábulo seja constituído pelo mesmo processo de formação da palavra *tecnologia*.
- A) Embrapa.
  - B) Petrobras.
  - C) Mercosul.
  - D) Proálcool.
  - E) Oligopólio.
09. Assinale a alternativa cuja expressão sublinhada tem a mesma função sintática da expressão destacada na frase “(...) o setor aeronáutico alcançou uma projeção internacional a partir de um prolongado esforço de capacitação (...)” (linhas 36-37):
- A) “A economia brasileira apresenta relações tecnológicas variadas (...)” (linha 01).
  - B) “(...) apoiaram-se bastante na importação de máquinas e equipamentos (...)” (linha 06).
  - C) “(...) a sua balança comercial não se apresenta hoje tão robusta (...)” (linha 22).
  - D) “(...) a exportação de aviões é o principal resultado daquele esforço.” (linha 38).
  - E) “Demorou muito mais tempo para construir uma indústria aeronáutica (...)” (linhas 45-46).
10. Com base no texto, identificam-se como hipônimos do hiperônimo “empresas estatais” (linha 10):
- A) Petrobras – Mercosul – PDI
  - B) Embraer – Embrapa – Petrobras
  - C) Embrapa – Embraer – Proálcool
  - D) Mercosul – Proálcool – Embraer
  - E) Programa Nuclear – Institutos Agronômicos – Petrobras
11. Conforme o contexto do texto, a expressão nominal que melhor traduz o termo estrangeiro *know-how* (linha 48) é:
- A) saber prático.
  - B) reciclagem laboral.
  - C) formação acadêmica.
  - D) orientação profissional.
  - E) habilidade ergonômica.
12. Na frase “Esta baseou-se na importação de máquinas, equipamentos, tecnologias, projetos e *know-how* e aquela na construção dos elementos de conhecimento e só progressivamente nas suas derivações tangíveis” (linhas 47-49), os termos sublinhados reportam-se, respectivamente, a:
- A) perspectiva – natureza.
  - B) *know-how* – tecnologia.
  - C) derivação intangível – trajetória distinta.
  - D) indústria automobilística – indústria aeronáutica.
  - E) importação de máquinas – construção dos elementos de conhecimento.
13. Assinale a alternativa cujo verbo apresenta a mesma regência verbal da forma verbal destacada na frase “(...)a internalização de capacidades industriais e a competição entre as empresas apoiaram-se bastante na importação de máquinas e equipamentos, com apoio da assistência técnica dos fornecedores.” (linhas 05-07).
- A) “(...) o setor aeronáutico alcançou uma projeção internacional (...)” (linhas 36-37).
  - B) “Investimentos tecnológicos são, por sua natureza, mais difíceis de construir”. (linhas 43-44).
  - C) “(...) os elementos tangíveis dos processos e produtos estabelecidos estão disponíveis.” (linhas 44-45).
  - D) “Esta baseou-se na importação de máquinas, equipamentos (...)” (linha 47).
  - E) “(...) a exportação de aviões é o principal resultado daquele esforço (...)” (linha 48).
14. Assinale a alternativa em que a palavra “que” desempenha a mesma função sintática que na frase “(...) a nova onda de investimentos que se avizinha (...)” (linha 16).
- A) “A industrialização e o modo que assumiu, com participação (...)” (linhas 02-03).
  - B) “(...) efeitos que nem sempre foram antecipados.” (linhas 13-14).
  - C) “É possível que essa experiência possa suscitar reflexões (...)” (linhas 15-16).
  - D) “É impossível afirmar que a exportação de aviões (...)” (linhas 37-38).
  - E) “(...) mais difíceis de construir do que investimentos (...)” (linhas 43-44).

15. A expressão sublinhada na frase “Experiências tecnológicas diferenciadas foram entabuladas sobretudo pelas empresas estatais (...)” (linhas 09-10) desempenha a função sintática de:
- A) sujeito.
  - B) aposto.
  - C) objeto direto.
  - D) agente da passiva.
  - E) predicativo do sujeito.
16. O vocábulo em destaque na frase “A Petrobras ajudou a construir um setor (...)” (linha 14) pertence à classe de palavra:
- A) adjetivo.
  - B) numeral.
  - C) substantivo.
  - D) preposição.
  - E) pronome.
17. Assinale a alternativa cuja expressão substitui, sem mudança do sentido expresso no texto, o vocábulo sublinhado na frase “Uma das lições que a perspectiva adotada neste ensaio propicia consiste em considerar de modo mais efetivo o tempo e os seus efeitos.” (linhas 42-43).
- A) cita-se.
  - B) flagra-se.
  - C) fundamenta-se.
  - D) contempla-se.
  - E) coaduna-se.
18. Assinale a alternativa em que há uma oração subordinada que exerce mesma função sintática da oração destacada na frase “É possível que essa experiência possa suscitar reflexões sobre a nova onda de investimentos (...)” (linhas 15-16):
- A) “o setor de petróleo no Brasil poderá contribuir para criar uma indústria dinâmica” (linhas 17-18).
  - B) “Embora tenha contribuído durante muito tempo para substituir importações, o setor não parece preparado para participar (...)” (linhas 31-32).
  - C) “(...) partindo mais do elemento intangível do que da produção material, o setor aeronáutico alcançou (...)” (linhas 36-37).
  - D) “É impossível afirmar que a exportação de aviões é o principal resultado daquele esforço de capacitação tecnológica iniciado há tanto tempo.” (linhas 37-39).
  - E) “Uma das lições (...) consiste em considerar de modo mais efetivo o tempo e os seus efeitos.” (linhas 42-43).
19. Assinale a alternativa cuja palavra destacada apresenta o mesmo número de fonemas de “equipamentos” (linha 06):
- A) “caminho das preocupações” (linha 20).
  - B) “equipes locais de engenharia” (linha 28).
  - C) “importância incomensurável” (linha 41).
  - D) “investimentos tecnológicos” (linha 42).
  - E) “elementos de conhecimento” (linha 48).
20. Assinale a alternativa em que a oração reduzida apresenta o mesmo valor semântico da oração subordinada desenvolvida em “Investimentos tecnológicos são, por sua natureza, mais difíceis de construir do que investimentos em capacidades de produção, mormente quando os elementos tangíveis dos processos e produtos estabelecidos estão disponíveis.” (linhas 43-45).
- A) “Vistas em retrospectiva, várias das escolhas produziram efeitos que nem sempre foram antecipados.” (linhas 13-14).
  - B) “(...) empresas que lideraram por tanto tempo o oligopólio automobilístico mundial, secundadas por entrantes mais recentes.” (linhas 26-27).
  - C) “(...) do duplo esforço que se avizinha – combater o avanço muito agressivo da indústria chinesa e indiana (...)” (linha 33).
  - D) “(...) partindo mais do elemento intangível do que da produção material, o setor aeronáutico alcançou (...)” (linhas 36-37).
  - E) “Demorou muito mais tempo para construir uma indústria aeronáutica” (linhas 45-46).

21. O ombudsman é um cargo que originariamente surgiu fora do campo do jornalismo, na Suécia, em 1809, para fiscalizar o trabalho dos funcionários públicos daquele país. Dentro do jornalismo, o ombudsman (termo de origem também sueca) pode ser chamado de “provedor do leitor” (Portugal), “defensor do leitor” (Espanha), “mediador” (França). No Brasil, poucos veículos de comunicação de massa ainda apresentam esse tipo de profissional em seus quadros. Além do vínculo com o veículo, o jornalista que assume o cargo de ombudsman pode estar ligado a uma outra instituição, que aprova as diretrizes de atuação desse tipo de profissional. Estamos falando de qual instituição? Assinale apenas a alternativa correta.

- A) UNESCO
- B) UNICEF
- C) FENAJ
- D) ONO
- E) ONU

22. Observe o gráfico abaixo.

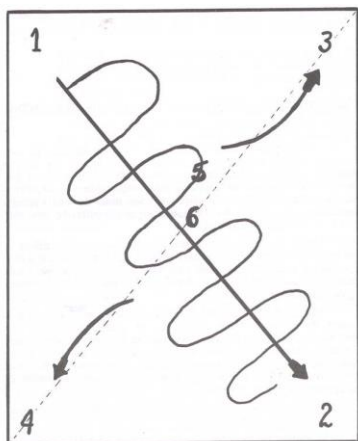


Ele se refere à divulgação de um determinado fato na imprensa de um país. O item “quantidade de notícias publicadas na imprensa” indica quantas matérias sobre um mesmo assunto foram publicadas, enquanto o item “tempo de publicação das notícias” diz respeito ao tempo em que elas circularam na imprensa até cair no esquecimento. A partir da leitura do gráfico, o que pode ser deduzido? Assinale apenas a opção correta.

- A) O gráfico faz um balanço das atividades de *newsmaking* de um editor-chefe ao longo do período analisado.
  - B) O gráfico ilustra com certeza o movimento da Espiral do Silêncio, referente ao silenciamento de um assunto.
  - C) O gráfico ilustra visualmente a atividade de um grupo de *gatekeepers* ao longo do período analisado no eixo y.
  - D) O gráfico mostra exclusivamente a tendência contemporânea da atuação dos leitores naquilo que é chamado de *gatematching* e sua relação com os jornalistas setoristas.
  - E) O gráfico pode ilustrar o movimento de um fato que é agendado na imprensa ao máximo, atinge seu ápice e depois é seguido de seu desaparecimento gradativo e/ou substituição por outro tema.
23. A Cláusula de Consciência foi recentemente incorporada (2007) ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Em outros países, ela chega a constar em manuais de redação e estilo há mais tempo, como é o caso do jornal *El País*, desde pelo menos fins dos anos 1980. Qual o artigo e qual o teor da cláusula de consciência dentro do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, aprovado em 2007? Assinale apenas a opção correta.
- A) Art. 2. A cláusula de consciência faculta ao jornalista o direito de deixar de ouvir pessoas e fontes com opiniões divergentes das suas, assegurando assim a manutenção das próprias convicções.
  - B) Art. 5. Faculta ao jornalista mudar de editoria quando a linha editorial do jornal também mudar, a fim de não agredir as suas próprias convicções.
  - C) Art. 9. Defende o livre exercício da profissão em qualquer tipo de empresa, jornalística ou não.
  - D) Art. 13. Faculta ao jornalista o direito a se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios do Código de Ética da profissão ou que agridam as suas convicções.
  - E) Art. 21. Permite a livre e consciente manifestação da opinião do jornalista em textos informativos.

24. A história do Brasil, de certo modo, passa pelas primeiras páginas mais significativas dos jornais impressos do nosso País. Nos anos 1980, a capa de um jornal, com apenas seu logotipo e cabeçalho, com um retângulo negro ocupando quase toda a sua primeira página e um pequeno enunciado abaixo, chamaram a atenção pela ousadia gráfica para anunciar que a ementa Dante de Oliveira, que pedia as Diretas Já, havia sido derrubada pelo Congresso Nacional. Tal ousadia não se restringiu a esse fato jornalístico: outras capas históricas são as referentes à derrota da Seleção Brasileira na Copa da Espanha de 1982 e à despedida do futebol por parte de Pelé, então jogador do Santos, em 1974. Estamos falando de um jornal atualmente extinto e que era pertencente a qual grupo de comunicação de massa? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) À família Mendes de Almeida.
  - B) Ao grupo Folha da Manhã.
  - C) Aos Diários Associados.
  - D) Ao grupo Estado.
  - E) Ao grupo RBS.
25. O fluxo de informações mudou com o advento da Internet e sua respectiva incorporação às rotinas produtivas jornalísticas. Uma dessas mudanças é o chamado *gatewatching*, proposto pelo pesquisador australiano Axel Bruns. Qual das proposições abaixo está diretamente ligada ao conceito de *gatewatching*? Assinale apenas a opção correta.
- A) O leitor passa a ser o editor da notícia que irá aparecer no portal no dia seguinte, fazendo uso de softwares HTML amigáveis e atuais como o Hot Dog.
  - B) Os leitores anunciam produtos caseiros em site noticiosos, mediante pagamento de taxas de valor simbólico, numa modalidade chamada *stampware*.
  - C) O editor delega suas funções para outros profissionais, graças à informatização das redações, e auxilia na redução de custos para a empresa jornalística.
  - D) Os internautas indicam quais as notícias que poderão vir a constar de um portal, e isso cria um critério de noticiabilidade para o jornal.
  - E) O internauta passa a ser o revisor da notícia antes de ela ser publicada, através do uso de tecnologia Push, também conhecida como *webcasting*.
26. Um jornalista precisa fazer uma reportagem sobre o número de acidentes automobilísticos numa cidade ao longo dos últimos 10 anos. Ele está de posse dos seguintes elementos:
- informações sobre os piores acidentes desse período e respectivos locais;
  - planilhas eletrônicas com dados sobre os números de mortos a cada 100 mil acidentes, ano a ano desse período;
  - planilhas eletrônicas com dados sobre o aumento da frota de carros na cidade nos últimos 10 anos;
  - depoimentos de familiares que perderam parentes ou amigos em alguns desses acidentes; e
  - depoimentos de autoridades do Departamento de Trânsito da cidade e de especialistas sobre o assunto.
- Com esse material em mãos, o que é possível fazer? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) Apenas uma nota pelada para um telenoticiário, por conta dos depoimentos. O restante do material é insuficiente para ser usado na TV.
  - B) Uma pequena notícia para a editoria de Cidades, de preferência sem o uso de retrancas, boxes ou quadros, os quais dificultariam a leitura do material.
  - C) Um infográfico com os dados das planilhas e os locais dos acidentes. Além disso, é possível tentar estabelecer as regiões da cidade nas quais ocorreu a maior parte dos acidentes.
  - D) Uma reportagem, pois não há dados suficientes. Por exemplo: não é possível estabelecer se a quantidade de acidentes aumentou ou diminuiu no período, tanto em termos relativos quanto absolutos.
  - E) Apenas uma nota para ser lida num radionoticiário, por conta dos dados numéricos que ajudam a contextualizar as informações. Além disso, as cifras grandes, relatadas detalhadamente, facilitam a compreensão do ouvinte em relação ao fato.

27. A figura abaixo, proposta por Edmund C. Arnold em 1965, foi extraída do livro *Diagramação – o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*, de Rafael Souza Silva (Summus: São Paulo, 1985, p. 49), e ilustra as zonas de visualização de uma página de publicação impressa:



Sobre essas zonas de visualização de uma página de jornal impresso, é possível dizer o quê? Assinale apenas a afirmação correta.

- A) As zonas “mortas” de uma página são os espaços esquerdo superior e direito inferior, sempre, conforme Arnold e Silva.
- B) A tecnologia do *eye-track* relativizou a influência desses espaços a partir de equipamentos que captam o movimento dos olhos do leitor diante de uma página impressa.
- C) É perfeitamente normal separar um título e uma matéria com uma foto entre ambas, criando uma forte zona de visualização numa página de jornal. Por outro lado, tal estratégia gráfica é impossível numa revista semanal.
- D) O centro geométrico e o centro óptico coincidem espacialmente, e estão localizados na parte inferior da composição de uma página; por isso os anúncios publicitários estão geralmente localizados na metade inferior de uma página de jornal.
- E) Só existem zonas de visualização por causa do uso de retângulos áureos na definição de um projeto gráfico. Se o formato de uma publicação impressa não obedecer aos padrões do retângulo áureo, as zonas de visualização deixam automaticamente de existir.
28. A Internet 2.0 gerou uma mudança nos usos da Internet. O surgimento de espaços como o Facebook e o Twitter, que permitem a criação de conteúdos para serem disponibilizados na Web sem uso de ferramentas de geração de documentos HTML, fez com que uma pessoa conectada à Internet possa publicar qualquer tipo de texto, seja ele escrito, sonoro ou audiovisual. Além disso, ela permite o compartilhamento de documentos. Sobre as implicações desses novos hábitos no âmbito do Jornalismo, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) A prática do *gatewatching* se torna facilitada, graças a ferramentas que permitem acompanhar a quantidade de acessos a determinados documentos.
- B) É impossível fazer uma sondagem básica na Internet, pois não se dispõe ainda de ferramentas adequadas para *surveys*. A tecnologia para tais práticas ainda é bastante rudimentar.
- C) Práticas jornalísticas como as executadas por grupos independentes como o Mídia Ninja existiriam do mesmo jeito, e com as mesmas ferramentas, na era da Internet 1.0 e antes do advento da mobilidade digital.
- D) Os direitos autorais perdem sua razão de ser na Internet 2.0; assim, qualquer documento pode ser reproduzido e compartilhado sem qualquer tipo de problema legal ou jurídico, pois agora tudo faz uso do *copyleft* e da legislação dos *creative commons*.
- E) Os critérios de noticiabilidade não sofrem nenhum tipo de mudança com a Internet 2.0. Ao contrário, eles se tornam cada vez mais imutáveis e inflexíveis, além de obedecerem à normatização vigente explicitada nos Manuais de Redação de cada empresa jornalística.



29. Um dos sites que mais tem chamado a atenção nos últimos anos é o Wikileaks. Criado em 2006 pelo jornalista, ativista e programador australiano Julian Paul Assange, o Wikileaks tem uma proposta que apresenta interesse direto tanto ao campo da comunicação quanto ao do jornalismo. Qual é essa proposta? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) Divulgar documentos de interesse público mantendo o sigilo das suas fontes.
  - B) Facilitar a troca de depoimentos pessoais e de trabalhos jornalísticos entre profissionais de diferentes países.
  - C) Municiar a imprensa de documentos comprobatórios de escândalos sexuais que foram tornados públicos pelas emissoras de TV.
  - D) Propiciar a divulgação organizada de documentos importantes em pequenos volumes, de modo fácil e acessível a qualquer jornalista, e dar o devido crédito à origem dessas informações.
  - E) Na verdade, nada há de relevante no Wikileaks que possa ser útil para a imprensa em geral, pois seus documentos carecem de valor de noticiabilidade. Além disso, como são disponibilizados em sites que fazem uso da tecnologia Wiki, esses documentos podem ser facilmente editados e alterados, em geral por hackers e crackers.
30. Qual das alternativas abaixo enumera, respectivamente, modalidades de textos jornalísticos pertencentes aos gêneros informativo, opinativo e interpretativo? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) Resenha, editorial e nota.
  - B) Resenha, infografia e nota.
  - C) Editorial, infografia e crônica.
  - D) Suelto, reportagem interpretativa e crônica.
  - E) Infografia, suelto e reportagem interpretativa.
31. Em 1985, o pesquisador Gerson Moreira Lima publicou um livro intitulado *Releasmania*, no qual encontramos a seguinte afirmação de um professor de Jornalismo (cujo nome do autor não é citado):  
“é preciso que se formule urgentemente uma lei de Malthus para os *releases*, pois o número deles cresce em progressão geométrica, enquanto a informação neles contida é incapaz de acompanhar uma progressão aritmética de razão dois”.
- A partir da afirmação acima citada, qual das alternativas abaixo é verdadeira? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) A afirmação do professor é totalmente equivocada, pois hoje dispomos de ferramentas para filtrar os *spams* e evitar algum tipo de excesso oriundo dessa circulação de informações. Assim, o assessor de imprensa pode enviar sem problemas as mesmas informações para todos os jornalistas e colunistas de uma mesma área.
  - B) A afirmação do professor é relativamente datada, pois a informação nela constante não encontra sustentação estatística nos dias de hoje. Assim, deduz-se que é falso que haja atualmente muito material produzido por assessorias de comunicação.
  - C) A afirmação do professor é parcialmente verdadeira, porque o número de assessores de imprensa no mercado jornalístico aumentou nos últimos anos, bem como o número de assessorados. Além disso, vivenciamos o que alguns teóricos como Pierre Lévy chamam de “dilúvio de informações”.
  - D) A afirmação do professor é relativamente incorreta, pois ela não leva em conta os efeitos de fenômenos contemporâneos como a globalização, a mundialização dos meios de comunicação de massa, a fusão de empresas e a digitalização das práticas jornalísticas, que ajudam a diminuir a progressão geométrica desses *releases*.
  - E) A afirmação do professor é completamente sem sentido, pois não há relação lógica entre progressões geométrica e aritmética e as formas de quantificação do volume de informação produzida pelas assessorias de imprensa e de comunicação.

32. Dizer que uma matéria está “sob embargo”, dentro do jargão jornalístico, significa dizer o quê e sob responsabilidade de quem? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) Que a matéria está tendo sua publicação ainda avaliada pelo editor-chefe até ser colocada na primeira página do jornal.
  - B) Que a matéria é do concorrente e, portanto, envolve questões de direito autoral, portanto o repórter nada pode fazer sobre isso.
  - C) Que uma liminar judicial proíbe que a matéria seja publicada, portanto, ela não poderá ser publicada nunca, conforme determinação do secretário de redação.
  - D) Que a matéria não pode ser divulgada imediatamente, mas apenas após uma data previamente especificada, em geral sob responsabilidade do editor.
  - E) Que a matéria está censurada pela direção do jornal e não poderá ser publicada nunca, com recomendação do ombudsman do jornal, quando houver tal cargo na redação.
33. O pesquisador espanhol Lorenzo Gomis afirma que a imprensa contemporânea tem dois grandes valores-notícia: o “interessante” (aquilo que é agradável conhecer) e o “importante” (aquilo que todos devem saber). O “interessante”, para Gomis, é abundante; o “importante”, mais raro. E destaca que os valores do projeto gráfico de um veículo impresso se impõem aos valores-notícia (pois todo dia é preciso ter um destaque visual em cada página do jornal, haja fatos importantes ou não). Tal lógica desaparece em parte nos meios jornalísticos digitais: com a Internet, porém, tem aumentado o interesse do público por notícias ditas “bizarras”, portanto, conforme a definição de Gomis, “interessantes”. Qual o nome que podemos dar a esse tipo de notícia que é baseada tanto no “interessante” quanto no bizarro?
- A) *Fait-divers*.
  - B) *Off the record*.
  - C) Furo jornalístico.
  - D) *Inside information*.
  - E) Matéria de agência.
34. Durante um evento de grande porte de uma instituição pública, a assessoria de comunicação deve estar atenta a vários detalhes. No caso de uma coletiva de imprensa da referida instituição, dentre as alternativas abaixo, qual a única correta em relação aos afazeres da assessoria de comunicação numa situação como essa?
- A) Distribuir brindes institucionais de baixo valor econômico a todos os convidados de modo organizado, inclusive aos blogueiros, enquanto a coletiva acontece.
  - B) Preparar material com informações relevantes e distribuí-lo previamente para a imprensa, se julgar adequado, antes da coletiva, de preferência em papel timbrado e com o brasão ou logo da instituição.
  - C) Fazer o sorteio de quais profissionais de imprensa poderão fazer perguntas exclusivas, vedando o acompanhamento da coletiva àqueles que não foram sorteados e sugerindo a estes que acompanhem o restante das informações pelo Facebook da instituição.
  - D) Preparar um *display* com o brasão ou logo da instituição pública e, por isso, priorizar os canais de televisão durante a organização da coletiva de imprensa, excluindo os repórteres dos demais veículos, uma vez que apenas a TV capta imagens e tem um *deadline* a cumprir.
  - E) Orientar os jornalistas a sempre procurarem os profissionais da assessoria de comunicação para complementarem as informações após a coletiva, uma vez que não há tempo hábil para todas as perguntas serem feitas; afinal, a informação advinda do setor público é, ela mesma, também pública.
35. Um repórter entrega ao editor a seguinte manchete: “preço da carne sobe 30% e cai os mesmos 30% após um mês”. A matéria traz o seguinte lide: “o preço da carne na Região Metropolitana da cidade X subiu de 10 reais para 13 reais o quilo, mas voltou ao patamar inicial dos 10 reais após um mês. O dado consta de pesquisa feita pelo órgão Y, entidade responsável por fiscalizar os preços dos produtos da cesta básica na cidade”. O que o editor faz? Assinale apenas a opção correta.
- A) Manda refazer a manchete, pois ela está errada em relação ao lide do repórter.
  - B) Publica a manchete e a matéria do jeito que estão, pois ambas estão corretas, apesar da pauta estar errada.
  - C) Manda o repórter refazer o lide que está redigido de modo errado, apesar das informações certas, e cumprimenta-o pela manchete que está correta.
  - D) Manda o repórter diminuir o tamanho da manchete que está grande, mantendo as mesmas informações que dela constam e que estão corretas.
  - E) Publica a manchete e a matéria do jeito que estão, pois ambas estão corretas, e manda fazer em cima da hora um gráfico com a evolução do preço da carne naquele período.

36. Uma assessoria de comunicação precisa providenciar a confecção de uma quantidade razoável de *house organs* para uma empresa assessorada. Em uma tomada inicial de preços, três gráficas apresentaram diferentes propostas orçamentárias: a gráfica A oferece 10 mil *house organs* em policromia pelo valor  $x/2$ ; a gráfica B oferece 20 mil *house organs*, em preto e branco, por  $2x$ ; e a gráfica C oferece 15 mil *house organs*, em policromia, por  $x$ , conforme tabela abaixo.

| Gráfica | Quantidade de <i>house organs</i> | Condição do <i>house organ</i> | Preço total |
|---------|-----------------------------------|--------------------------------|-------------|
| A       | 10 mil                            | Policromia                     | $x/2$       |
| B       | 20 mil                            | Preto e branco                 | $2x$        |
| C       | 15 mil                            | Policromia                     | $x$         |

Levando-se em conta exclusivamente os gastos com o material, qual a única opção correta dentre as alternativas abaixo?

- A) Como os preços dos *house organs* irão se equivaler por unidade no final das contas, tanto faz qual gráfica executará o serviço.
- B) Como o preço unitário do *house organ* na gráfica C é 10% mais barato do que o preço da gráfica B, é melhor fazer o serviço na gráfica C.
- C) Como o preço unitário do *house organ* na gráfica A é 50% mais barato do que o preço da gráfica B, é melhor fazer o serviço na gráfica A.
- D) Como o preço unitário do *house organ* na gráfica B é duas vezes mais barato do que o preço do *house organ* unitário da gráfica C, é melhor fazer o serviço na gráfica B.
- E) Dos três orçamentos, a gráfica B é a que apresenta o preço mais baixo por unidade de *house organ* e a maior quantidade de *house organs* impressos. Assim, é melhor fazer o serviço na gráfica B.
37. Uma das questões mais polêmicas que ronda o campo do Jornalismo diz respeito às noções de imparcialidade e objetividade. Sobre tais noções, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) Imparcialidade e objetividade são termos sinônimos, no que tange às condições de produção jornalística e em termos de discurso gráfico de um jornal impresso.
- B) A imparcialidade é possível de ser obtida em situações nas quais se dá visibilidade a falas de diferentes sujeitos sociais, mesmo que eles representem as mesmas instituições e tenham, em tese, as mesmas ideologias e visões de mundo, pois isso caracteriza uma visão dialógica e polifônica do texto jornalístico.
- C) Tanto a imparcialidade quanto a objetividade são possíveis no Jornalismo, pois os estudos lingüísticos e semióticos contemporâneos apontam para uma relação de transparência entre as palavras (os significados) e as coisas (os significantes).
- D) A objetividade é um critério de noticiabilidade, na medida em que o texto jornalístico coloca mais em primeiro plano os objetos e fatos do que as pessoas, as quais em geral são atravessadas por subjetividades que tendem a ofuscar o relato do profissional de imprensa. Por isso existe a necessidade, quando possível, de se ilustrar os textos jornalísticos com fotos, pois estas também são objetivas e, além disso, imparciais.
- E) Houve um momento da história da imprensa em que os jornais eram abertamente partidários, e a maioria dos leitores estava mais preocupada em confirmar a própria visão de mundo do que em ter uma leitura crítica da realidade. Esse tipo de imprensa vai buscar uma visão mais objetiva e imparcial do mundo a partir do século XIX.
38. Periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade (no sentido de tornar público, de difundir). Esses conceitos foram propostos ao longo da primeira metade do século XX por um autor como sendo características centrais do Jornalismo. Qual o autor que fez esse conjunto de considerações sobre o Jornalismo? Assinale apenas a opção correta.
- A) Italo Calvino.
- B) Otto Groth.
- C) Luiz Beltrão.
- D) Umberto Eco.
- E) José Marques de Melo.

39. Sobre a relação entre assessoria de imprensa e assessoria de comunicação, assinale apenas a alternativa correta.
- A) A função primordial do assessor de comunicação é manter a relação entre o assessorado e as fontes jornalísticas, principalmente através da gestão de ferramentas digitais, como Twitter, Facebook e LinkedIn.
  - B) A assessoria de imprensa tem a ver com a gestão de uma equipe multifuncional, que pode integrar profissionais de relações públicas e de publicidade e propaganda. A assessoria de comunicação, por sua vez, tem a ver com a manutenção do contato do assessorado com a imprensa através de *releases* e *press-kits*.
  - C) A área de ação e abrangência de uma assessoria de Comunicação é mais ampla e proporcionalmente mais estratégica do que a área de ação e abrangência de uma assessoria de imprensa, dentro de uma empresa. O raio de atuação de uma assessoria de Comunicação vai além do relacionamento com a imprensa.
  - D) Tanto para o assessor de comunicação quanto para o assessor de imprensa é desnecessário conhecer o perfil dos veículos de comunicação da região; o importante é apenas a conquista da confiança dos profissionais a todo custo e a oferta de cursos de *media training* para seus assessorados.
  - E) Tanto uma assessoria de imprensa quanto uma assessoria de comunicação devem ter equipes multifuncionais, pois as atividades a elas relacionadas poder ser executadas indistintamente por profissionais de relações públicas, publicitários ou jornalistas, de modo flexibilizado, principalmente se levarmos em conta o fim da exigência do diploma de jornalista para o exercício da profissão e a diluição das fronteiras profissionais por conta da virtualização do trabalho.
40. No que diz respeito à relação entre jornalistas e setor público, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a opção correta.
- A) A jornada de trabalho de um jornalista no setor público não pode ter mais do que cinco horas por dia, conforme a CLT em seu artigo 303.
  - B) Não é necessário o pagamento de hora extra a jornalistas do setor público, pois as jornadas normais de trabalho podem ser reduzidas ou ampliadas por lei, convenção coletiva, acordo coletivo ou contrato individual.
  - C) O jornalista pode ser assessor de imprensa de um órgão público e trabalhar na editoria de Cidades de uma empresa jornalística sem maiores problemas éticos e profissionais, pois raramente haverá conflito de interesses nessa dupla situação.
  - D) Inexiste problema ético em um jornalista ser profissional num órgão público e num veículo de comunicação de massa ao mesmo tempo. Num caso desses, aliás, é até mais fácil gerenciar junto aos editores do jornal a não publicação de matérias polêmicas e contrárias ao órgão no qual o jornalista trabalha.
  - E) Para um órgão público, é melhor para a própria imagem institucional ter como contratado na condição de assessor de imprensa, em seus quadros, um jornalista que trabalha também na televisão. Isso é tão verdadeiro que os órgãos públicos não contratam profissionais de rádio, impresso ou de meios digitais.
41. O bom relacionamento entre assessores de imprensa e profissionais do jornalismo é fundamental para ambas as partes. Qual das estratégias abaixo evita constrangimentos para ambos, do ponto de vista ético e/ou moral? Assinale apenas a opção correta.
- A) É interessante que o assessor de imprensa combine, com os jornalistas que acompanham um dado evento, as manchetes que sairão nos jornais no dia seguinte, para que todas elas saiam iguais. A isso se chama “princípio de equidade jornalística”.
  - B) O assessor de imprensa pode enviar brindes às redações, desde que eles sejam preferencialmente de baixo custo ou de valor simbólico, ou ainda se forem identificados como sendo de distribuição gratuita ou como invendáveis.
  - C) Convites para eventos e viagens devem ser sempre enviados diretamente para os repórteres, jamais para os editores ou superiores. Estes também não deverão ter conhecimento de tais situações, para que suas rotinas produtivas não sejam atrapalhadas desnecessariamente.
  - D) É de bom tom o assessor de imprensa convidar jornalistas a viajarem em nome de partidos políticos ou candidatos a cargos eletivos, principalmente em época de eleições, para que esses profissionais possam vivenciar novas experiências. Também é desnecessário dar o crédito de quem bancou as viagens do jornalista.
  - E) O assessor de imprensa deve, sempre que possível, convidar jornalistas que atuam nas redações para ministrarem cursos de *media training*, para que pessoas ou empresas saibam como se comportar diante da imprensa. Tal prática evita futuras situações de constrangimento e é até incentivada por todas as empresas jornalísticas.

42. Em Retórica, dá-se o nome de *exórdio* à parte inicial do discurso. No Jornalismo, podemos considerar que o título (ou manchete) cumpra essa mesma função: abrir o texto jornalístico e captar a atenção do leitor. Sobre os títulos jornalísticos, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a opção correta.
- A) Desde a Roma Antiga que os jornais sempre tiveram manchetes em suas primeiras páginas ao longo de sua existência.
  - B) A figura de retórica conhecida como “oxímoro” auxilia de modo fundamental na redação de manchetes explicitamente informativas.
  - C) O bom título jornalístico não precisa de destaque gráfico ou tipográfico numa página de jornal; a força de seu conteúdo é suficiente para mesurarmos a sua importância. Tanto que o ideal é colocar os títulos em tamanhos entre o corpo 10 e o corpo 14.
  - D) Alguns autores dão o nome de títulos “impostores” àqueles que têm duplo sentido ou são ambíguos. Um exemplo: “cachorro fez mal à moça” e que se refere à informação de que um cachorro-quente (um *hot-dog*) teria feito mal a uma jovem.
  - E) Um exemplo clássico de manchete completa e explícita, pelo fato de captar o essencial da notícia em seu enunciado, é a manchete “Oh My God, No!” (“Oh, Meu Deus, Não!”), com uma frase dita pela primeira-dama norte-americana Nancy Reagan quando a nave Challenger explodiu, no ano de 1986, e que foi estampada na capa do jornal norte-americano *USA Today*.
43. As siglas são uma forma de economizar espaço no texto jornalístico e, principalmente, nos títulos. Um assessor de imprensa ligado à área de educação e ensino superior tem a obrigação de conhecer quais siglas estritamente ligadas a esse campo? Assinale apenas a alternativa que traz todas as opções corretas.
- A) PETROBRAS, IGPM, IPCA.
  - B) PPP, ENADE, INEP.
  - C) CIDE, IPI, URV.
  - D) INSS, FMI, BID.
  - E) CBF, COI, FIA.
44. Um processo de auditoria de imagem institucional de uma empresa na mídia deve contar com uma série de ferramentas para facilitar essa análise. Uma dessas ferramentas é o *clipping*, seja ele impresso, eletrônico e/ou de Web. Sobre o *clipping*, assinale abaixo apenas a opção correta.
- A) Um bom *clipping* não permite descobrir brechas, falhas ou lacunas de divulgação de um dado produto e/ou ação de uma empresa, tampouco o alcance e/ou o sucesso de sua empreitada.
  - B) Um bom *clipping* permite que o espaço editorial ocupado por uma empresa possa ser pensado e quantificado como se fosse equivalente a espaço publicitário, transformando-se centímetros em reais.
  - C) Uma análise de *clipping*, seja em âmbito interno, seja no âmbito de um processo de auditoria de imagem de uma empresa na mídia, deve se resumir sempre a apenas uma quantificação de centimetragem e nada mais do que isso. Além disso, chamadas de capas ou de cadernos devem ser desconsideradas.
  - D) Um bom *clipping* é aquele que desconsidera tanto o fato de que surgem e desaparecem títulos de publicações e sites ao longo do ano quanto desconsidera também as informações referentes às cidades e regiões onde os veículos circulam. Tal atitude não mascara os resultados analisados, nem descontrola uma amostra que toma por base um *clipping* todo.
  - E) Um bom *clipping* permite, por exemplo, uma leitura qualitativa e diferenciada entre veículos de informação generalizada (grande imprensa) e de informação segmentada (jornais especializados em economia). Além disso, um bom *clipping* permite também outras modalidades de análise a outros pesquisadores (como a Análise de Conteúdo, por exemplo).
45. Notícia, reportagem e entrevista são consideradas, por excelência, os principais gêneros jornalísticos. Qual das afirmações abaixo é verdadeira em relação a esses gêneros? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) A entrevista é, por definição, um gênero monológico.
  - B) Não há entrevista sem notícia, nem há notícia sem entrevista.
  - C) A extensão do relato e a quantidades de informações não são critérios suficientes para diferenciar uma notícia de uma reportagem, mesmo que ambas tenham o mesmo estatuto genérico-textual.
  - D) Apenas a notícia precisa de um lide. A reportagem e a entrevista não necessitam desse recurso textual, pois geralmente fazem uso do nariz de cera, o qual voltou a se popularizar com a disseminação dos portais noticiosos e dos blogs jornalísticos.
  - E) Luiz Amaral diz que a notícia é a matéria-prima do jornalismo. Por outro lado, a entrevista também pode ser considerada matéria-prima do jornalismo, exceto em situações de Reportagem Auxiliada por Computador (RAC), por exemplo.

46. A popularização de redes sociais (como o Twitter e o Facebook) permite uma maior circulação de informações dentro da Internet. Do ponto de vista jornalístico, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a opção correta.
- A) As redes sociais potencializam a divulgação de material jornalístico inédito, e impedem, através de algoritmos e robôs, a mudança de autoria dos textos que circulam pela Grande Rede.
  - B) As redes sociais não criam o jornalismo colaborativo, mas potencializam-no, uma vez que facilitam o envio de depoimentos (orais ou escritos) e de arquivos sonoros, audiovisuais ou fotográficos por parte dos leitores e/ou colaboradores.
  - C) As redes sociais impedem o anonimato de seus usuários, evitando a criação de avatares e de perfis *fakes*, através de controle social e identificação criminal. Conseqüentemente, isso impede o anonimato de um jornalista nessas redes e evita problemas éticos.
  - D) As redes sociais, do ponto de vista organizacional, funcionam exatamente do mesmo modo de uma redação de portal jornalístico, pois ambas compartilham as mesmas características da Internet, como memória, hipertextualidade e interatividade.
  - E) As redes sociais, ao permitirem o compartilhamento de informações, estão infringindo a todo o momento a Lei de Direitos Autorais (LDA), pois todo o material que circula nas redes sociais está sujeito exclusivamente a *copyright*. Isso não vale, porém, para o material jornalístico, que está sujeito a *copyleft*.
47. Nos últimos anos, a discussão sobre a relação entre os meios de comunicação, as formas de representações sociais e a cobertura de fatos ligados aos direitos humanos ganhou relevo. Assinale abaixo apenas a alternativa correta em relação a esse assunto.
- A) A questão da ideologia se torna pertinente na discussão sobre os modos como os meios de comunicação fazem a representação social de certos agentes sociais.
  - B) Os meios de comunicação de massa devem ser condescendentes com as minorias em qualquer situação, pois essa condescendência é um direito humano conquistado por elas ao longo da História.
  - C) Os termos “opção sexual” e “homossexualismo” são politicamente corretos no contexto da imprensa e, portanto, estão em acordo com o Manual de Comunicação LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais).
  - D) Os meios de comunicação de massa devem mudar sua linha e identidade editoriais em função das mudanças da sociedade na contemporaneidade. Isso ocorre porque, logicamente, se mudarem os direitos de alguns grupos sociais, a linha e a identidade editoriais do veículo também serão obrigadas a se modificar.
  - E) Afirmar numa manchete de jornal que “Dilma é a primeira mulher presidente” ou que “Barack Obama é o primeiro presidente negro dos EUA” é uma forma de preconceito contextualizado e explícito. Assim, as manchetes corretas deveriam ser, respectivamente, “Dilma é eleita presidente do Brasil” e “Obama é eleito presidente nos EUA” pois, assim redigidas, elas tornam-se social e jornalisticamente mais relevantes.
48. As redes sociais modificaram em parte certos conceitos do jornalismo tradicional. Com relação ao jornalismo e sua pertinência em espaços como Twitter e Facebook, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Assinale apenas a opção correta.
- A) Os 140 caracteres do Twitter não permitem repassar uma informação jornalística, por mais enxuta que ela seja.
  - B) Os números de comentários, de compartilhamentos e de curtidas de uma notícia no Facebook tendem a se equivaler, dentro de uma média estatística.
  - C) É pertinente que os veículos de comunicação tradicionais ocupem espaço nas redes sociais, a fim de poderem repercutir as matérias junto a eventuais leitores.
  - D) As redes sociais permitem que qualquer jornalista vinculado a um meio de comunicação de massa exerça plenamente a sua cidadania, dando visibilidade aos candidatos a cargos eletivos nas eleições municipais, estaduais ou federais nos quais ele irá votar, por exemplo.
  - E) As redes sociais não permitem que o jornalista gere pautas a partir delas, pois a maioria dos debates que nelas ocorrem têm apenas caráter de entretenimento ou são mero fruto de marketing digital.

49. Desde a segunda metade do século XX que diversos pesquisadores buscam compreender quais são os critérios de noticiabilidade mais comuns ou relevantes dos veículos de imprensa (Mauro Wolf, Nelson Traquina etc.). Sobre os critérios e categorias de noticiabilidade, qual das afirmações abaixo é verdadeira? Leia atentamente e assinale apenas a alternativa correta.
- A) Brevidade, atualidade e novidades são categorias relativas ao produto.
  - B) Acesso à fonte e políticas editoriais são categorias relativas ao público.
  - C) A necessidade de imagens ou de sonoras não influenciam nos critérios de noticiabilidade dos telejornais e dos radiojornais, respectivamente.
  - D) As categorias relativas à concorrência perderam fôlego com o surgimento da Internet e das redes sociais, e tendem a desaparecer progressivamente.
  - E) As categorias ditas substantivas são consideradas mais óbvias, pois têm a ver com a importância dos personagens envolvidos e com o grau de interesse do público.
50. Sobre o papel do assessor de imprensa, qual das afirmativas abaixo contém apenas informações verdadeiras? Assinale apenas a alternativa correta.
- A) O assessor de imprensa deve fazer de tudo o que for possível para que seu assessorado seja notícia. Ele pode também acumular simultaneamente funções ligadas a estratégias de marketing, já que há uma tendência, sugerida pela FENAJ desde 2007, de que o assessor de imprensa e o assessor de comunicação desempenham exatamente as mesmas funções. Além disso, tal prática evita a contratação de assessores técnicos, barateando os custos financeiros do assessorado.
  - B) É lícito que o assessor de imprensa pague a um jornalista para que o seu assessorado saia com destaque num veículo jornalístico, principalmente junto a colonistas. Tal prática é tecnicamente conhecida como “jornalismo de cheque” e facilita o relacionamento entre jornalistas e assessores de imprensa. E também é verdadeiro que o assessor receba dos jornais por seu trabalho; tal prática é conhecida como “assessoria de cheque”.
  - C) O bom relacionamento de um assessorado com a imprensa leva algum tempo para se consolidar e isso é inevitável, pois essa é uma relação que terá de ser testada ao longo de um determinado período, pelo jornalista, pelo assessor de imprensa e pelo assessorado.
  - D) O bom assessor de imprensa permite que o seu assessorado fuja do “script” e improvise diante da imprensa, uma vez que tal relacionamento não exige planejamento de ações; isso permite também que o assessorado possa repassar informações importantes a jornalistas sem o conhecimento prévio do assessor de imprensa. Finalmente, a popularização das redes sociais otimiza o contato do assessorado com o grande público e com a imprensa, diminuindo e facilitando o trabalho do assessor de imprensa.
  - E) Em momentos de crise de uma empresa privada ou de uma instituição pública, é importante que os seus assessores de imprensa se tornem os únicos porta-vozes junto a um conjunto selecionado de jornalistas e de formadores de opinião, pois isso evita o desgaste da imagem dos assessorados na imprensa e facilita a sonegação de informações.