

CONHECIMENTOS ESPECIALIZADOS

31) Analise as afirmativas que conceituam ou caracterizam notícia.

- I. Busca a precisão, através da informação sintética e imparcial.
- II. Deve ser inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público.
- III. Sempre é um relato de um fato novo, preciso e atual.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
- b) III, somente.
- c) I e II, somente.
- d) II e III, somente.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

Está incorreta a afirmativa III. A notícia pode ser um relato de algo novo, como também pode ser uma continuação, uma suíte, de fato já ocorrido ou o retorno à mídia de um fato antigo devido à comemoração de uma data significativa de seu acontecimento.

Fonte: LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

32) Com relação aos critérios substantivos e contextuais dos valores-notícias de seleção, relacione a coluna da direita com a da esquerda e depois marque a sequência correta.

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| (1) Critérios substantivos | () notoriedade. |
| (2) Critérios contextuais | () visualidade. |
| | () proximidade. |
| | () tempo. |
| | () concorrência. |

- a) 2 – 1 – 2 – 1 – 2
- b) 1 – 2 – 2 – 2 – 1
- c) 1 – 2 – 1 – 1 – 2
- d) 2 – 1 – 1 – 2 – 1

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

Os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento. Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de sua importância ou interesse como notícia, como notoriedade do ator principal do acontecimento, proximidade em termos geográficos e culturais e tempo; b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção de notícia, tais como visualidade de elementos (fotografia e filme) e concorrência com os demais veículos.

Fonte: TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística.** Florianópolis: Insular Pós-jor UFSC, 2009, p. 75-88.

33) A conceituação de reportagem é muitas vezes definida através de comparação com a notícia. Dentre as afirmativas abaixo, assinale uma característica da notícia.

- a) Apresenta uma visão interpretativa do fato.
- b) Envolve, utiliza recursos criativos para seduzir o leitor.
- c) Imparcial, relata formalmente o fato atendo-se aos dados essenciais.
- d) Possui pautas complexas, buscando causas, contextos e consequências.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

A notícia tem como referência a imparcialidade, através de um relato formal e secamente dos fatos, atendo-se a compreensão imediata dos dados essenciais.

Fonte: PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005, p.76.

34) Leia a notícia abaixo:

**Motorista morre após invadir pista contrária e bater em caminhonete
Acidente foi na Rodovia *Rachid Rayes* em Echaporã, SP.**

Condutor da caminhonete teve ferimentos nas pernas e no rosto.

Um motorista morreu após dois carros baterem de frente no km 376 da Rodovia *Rachid Rayes* em Echaporã (SP) na tarde desta sexta-feira (11). De acordo com informações da polícia, uma picape trafegava no sentido Assis-Marília quando, por motivos a serem apurados, invadiu a pista contrária e bateu de frente com uma caminhonete. O motorista da picape morreu no local, e os bombeiros ainda tiveram dificuldades para tirar o corpo das ferragens. A vítima ainda não foi identificada.

Já o condutor da caminhonete, Antônio de Oliveira, de 21 anos, foi socorrido e levado para a Santa Casa de Marília com fraturas nas pernas e ferimentos no rosto, no entanto, segundo os bombeiros, ele estava consciente. A rodovia, que é de pista simples, precisou ser interditada para retirada dos veículos, mas já foi liberada.

(11/04/2014 18h35 - Atualizado em 11/04/2014 19h58. Disponível em: www.g1.globo.com)

Na matéria jornalística acima o fato é

- a) anunciado.
- b) enunciado.
- c) denunciado.
- d) pronunciado.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA A)

O anúncio de um fato é o simples divulgar dos acontecimentos e o registro sumário de suas circunstâncias – um relato de ações acabadas no tempo. O discurso mantém o distanciamento em relação ao leitor; é absolutamente descritivo, documental – as referências são do que pode ser visto e constatado.

Fonte: SODRÉ, Muniz & FERRARI, Maria Helena. Técnica de reportagem. São Paulo: Summus, 1996, pp. 18-44.

35) Analise a capa da revista abaixo:



(Revista História Viva – Edição 125, março de 2014.)

A reportagem de capa da revista remete a um termo jornalístico que pode ser definido como “qualquer acontecimento da atualidade que legitima a noticiabilidade de outro acontecimento ou problemática”, como a utilização do próprio tempo. Trata-se do uso do

- a) *Newspeg.*
- b) *Newsletter.*
- c) *Newsmaking.*
- d) *New journalism.*

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA A)

A reportagem é um claro exemplo da utilização do *newspeg*, muito conhecido também por gancho ou cabide onde o próprio tempo pode ser utilizado para gerar notícias, pois o fato de um grande acontecimento fazer um quantitativo expressivo de “aniversário”, torna-se um pretexto para refleti-lo e atualizar seus desdobramentos ou consequências.

Fonte: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2003, pp.157-158.

36) No desenvolvimento de um trabalho numa assessoria de imprensa, o profissional que buscar junto à mídia uma entrevista do tipo dialogal/temática para seu cliente está optando por uma entrevista

- a) inquisitiva, onde o entrevistador acusa e contra-argumenta as afirmações do entrevistado, debatendo o tema tratado com citação ou apresentação de documentos ou dados contraditórios, de forma a contrapor as informações divulgadas pelo entrevistado.
- b) **marcada com antecipação, que reúne entrevistado e entrevistador em ambiente controlado, num tom de conversa que possibilita o aprofundamento e detalhamento do tema sobre o qual o entrevistado possui conhecimento especializado e autoridade para tratar do tema.**
- c) não programada ou combinada, previamente, breve e realizada em ambientes públicos e, muitas vezes, inesperados, nos quais os diálogos entre fonte e repórter estarão focados na exposição do entrevistado (imagem, voz, posicionamentos) e não em suas declarações propriamente ditas.
- d) previamente acordada entre assessoria e repórter, com a definição de pontos a serem abordados e o tempo exato de sua realização, desenvolvida de forma informal e próxima, sem nenhum tipo de interferência externa, para que a fonte realize o relato de um fato que presenciou ou do qual foi participante.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA B)

Os tipos de entrevistas variam de acordo com o ponto de vista dos objetivos e as circunstâncias de sua realização. Desta forma, uma entrevista temática e dialogal é aquela em que um tema de domínio do entrevistado, em que ele é um especialista ou autoridade no assunto, será tratado em ambiente e horário previamente definido, realizado em tom informal, como se fosse uma conversa, de modo a permitir o aprofundamento e detalhamento dos pontos abordados.

Fonte: LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001, pp. 74 a 77.

37) Leia o *lead* abaixo:

“Vascaíno desde criança, Vanderlei de Oliveira se surpreendeu, ontem, ao levar a esposa para o Maracanã. Em plena torcida do seu clube, quase foi linchado ao proteger a mulher, que inevitavelmente se levantou e vibrou com o gol do Flamengo, no primeiro tempo da partida... na Delegacia de Polícia ela apresentou queixa contra o marido...”
(PENA, 2007, p. 44.)

O tipo de *lead* apresentado anteriormente é aquele em que a notícia é apresentada pelo elemento “como” do fato. Trata-se do *lead*

- a) clássico.
- b) dramático.
- c) conceitual.
- d) **circunstancial.**

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

No *lead* circunstancial o texto é aberto pela apresentação de um elemento “como” ou circunstância tão original que justifique a prioridade de iniciar o discurso.

Fonte: PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 45-49.

38) Referência no estudo da prática da comunicação social, os modelos de *Grunig* e *Hunt* descreveram as maneiras de pensar e praticar nesta área em quatro modelos, sendo o mais efetivo na prática, segundo um dos autores (*Grunig*), aquele que implica na utilização de tecnologia de comunicação para administração de conflitos e melhoria no relacionamento com os públicos estratégicos. Este modelo gera transformação aos dois atores envolvidos: organização e seus públicos, e recebe a denominação de

- a) informação pública.
- b) promoção de imprensa.
- c) **simétrico de duas-mãos.**
- d) assimétrico de duas-mãos.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

O modelo simétrico de duas-mãos é considerado por *Grunig* como a maneira mais efetiva de praticar comunicação, implicando no uso da tecnologia de comunicação para administração de conflitos e melhoria no relacionamento com os públicos estratégicos, gerando transformação aos dois atores envolvidos: organização e seus públicos.

Fonte: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. São Paulo: Atlas, 2003, p.344.

39) Associe as duas colunas relacionando os termos técnicos jornalísticos com suas respectivas conceituações e, em seguida, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta.

- | | |
|--------------------|---|
| (1) Barriga | () notícia inverídica publicada em órgão de imprensa. |
| (2) Boxe | () continuação de uma notícia já publicada na mídia. |
| (3) <i>Feature</i> | () matéria que trata de assuntos variados e atemporais. |
| (4) Suíte | () informações adicionais à matéria destacadas por fios. |

- a) 3 – 4 – 1 – 2
b) 2 – 1 – 4 – 3
c) 1 – 4 – 3 – 2
d) 2 – 3 – 1 – 4

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

A barriga é uma notícia inverídica publicada em algum veículo de comunicação. O boxe é o espaço delimitado por fios, que traz informações adicionais ao corpo de uma matéria jornalística. A *feature* é uma matéria jornalística que trata de assuntos variados e atemporais. A suíte é uma continuação de uma notícia que já foi publicada na mídia, com seus desdobramentos e consequências.

Fonte: BARBOSA, Gustavo & RABAÇA, Carlos A. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001

40) São características fundamentais do veículo de comunicação televisão que devem ser consideradas na elaboração de textos jornalísticos para esta mídia:

- I. A informação visual possui uma linguagem que independe do idioma ou da escrita, pois é um signo de fácil compreensão humana.
- II. A mensagem é instantânea, devendo ser captada no exato momento em que é emitida.
- III. O ritmo do veículo propicia o desenvolvimento de conteúdos superficiais.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
b) I, somente.
c) III, somente.
d) I e II, somente.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA A)

Todas as afirmativas estão corretas. A informação visual na TV garante uma linguagem que independe do conhecimento de um idioma ou da escrita. A imagem é o signo mais acessível à compreensão humana. A TV mostra e o telespectador vê: ele entende e se informa. A informação na TV requer “hora certa” para ser vista e ouvida: a mensagem é instantânea. A informação é captada de uma só vez, no exato momento em que é emitida. Não tem como “voltar atrás e ver de novo”. A TV tem um *timing*, um ritmo, que torna suas informações superficiais.

Fonte: PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2006, p.75.

41) Preencha as lacunas abaixo e, em seguida, assinale a alternativa correta.

Consideradas as mais confiáveis, as fontes _____, muitas vezes não são nem mencionadas, pois a imprensa tem o costume de julgar verdadeiro o que apresentam, por isso, geralmente são consultadas para a preparação de uma pauta ou para definição contextual do universo a ser noticiado, podendo ser, portanto, também uma fonte _____.

- a) oficiais / primária
b) oficiosas / primária
c) oficiais / secundária
d) oficiosas / secundária

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

As fontes oficiais são mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de estado, como as juntas comerciais, os cartórios de ofícios; e por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações, etc. As fontes oficiais são tidas como as mais confiáveis e é comum não serem mencionadas; os dados que propõem são tomados por verdadeiros. Por isso, podem atuar muitas vezes como secundárias na preparação de uma pauta ou a construção de premissas genéricas ou contextos ambientais.

Fonte: LAJE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

42) A concisão no jornalismo para rádio e televisão é fundamental, pois oferta ao texto

- a) tonalidade coloquial, aproximando mais o telespectador da informação.
- b) suporte às imagens na TV e às expressões no rádio, promovendo o entendimento.
- c) palavras adequadas, que não possibilitam o duplo sentido e não resultam confusão.
- d) frases objetivas com todas as informações necessárias, sem exageros ou redundâncias.**

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

A concisão é responsável por frases objetivas que contenham toda a informação com as palavras estritamente necessárias, sem exageros. O texto será “enxuto”, de modo que, se as palavras forem precisas, naturalmente a frase vai ser concisa e transmitir o essencial.

Fonte: PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2006, p.99.

43) Quando se trata de entrevista no veículo de comunicação rádio é correto afirmar que

- a) entrevistas temáticas e rituais não funcionam bem quando realizadas por telefone.
- b) o tom coloquial é sempre o mais indicado para realização de entrevistas em rádio.**
- c) entrevistas dialogais ou em profundidade são propícias para se realizar por telefone.
- d) no rádio, as entrevistas podem ser apenas ocasionais, gravadas ou realizadas ao vivo.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA B)

A entrevista em rádio pode ser ocasional ou produzida, gravada ou realizada ao vivo. As entrevistas temáticas e rituais funcionam geralmente bem pelo telefone, o que acontece menos com entrevistas testemunhais e não é absolutamente recomendável em entrevistas dialogais ou em profundidade. No rádio moderno, o tom coloquial é sempre o mais indicado nas entrevistas.

Fonte: LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001, p. 66-67.

44) Sobre as características consideráveis na elaboração de um texto jornalístico para veículo *web*, analise.

- I. A redação da notícia deve ser planejada para uma leitura linear, com a inserção adequada de hipertexto.
- II. Já que não possui fronteiras de espaços e conta ainda com os *links* a outros conteúdos, o texto *web* é geralmente extenso e minucioso em informações, dados e ilustrações.
- III. Os títulos, subtítulos e entretítulos nas publicações *online* seguem da mesma forma que os veículos impressos, indicando resumidamente o assunto e chamando a atenção para sua leitura.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
- b) I, somente.
- c) III, somente.**
- d) I e III, somente.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

As afirmativas I e II estão incorretas. O texto para *web* possui leitura não linear. Além disso, mesmo não possuindo fronteiras de espaços e contar ainda com os *links* para outros conteúdos, o texto *web* deve ser curto e o mais objetivo possível.

Fonte: PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

45) *Shovelware* é o termo norte-americano que se popularizou no mundo para designar

- a) ligação entre dois pontos de informação que se complementam na *web*.
- b) parte do texto inserida na conclusão de um artigo desenvolvido para a rede.
- c) *links* específicos para imagens, sons e filmes em outros documentos da rede.
- d) **transposição de notícias, com ou sem adaptações, dos veículos tradicionais para a *web*.**

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

O *shovelware* é o termo criado nos Estados Unidos para designar a transposição de notícias, com ou sem adaptação do meio tradicional para *web*.

Fonte: PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003, p.266.

46) Leia o texto abaixo:

O debate sobre biografias não autorizadas está pegando fogo. Apesar de a ação movida pela Associação Nacional dos Editores de Livros (Anel) no Supremo Tribunal Federal contra artigos do Código Civil que protegem os biografados estar em andamento desde 2012, o assunto voltou a ganhar força nos últimos tempos. No dia 2 de outubro de 2013, Ancelmo Gois publicou, em sua coluna no Globo, a posição do Procure Saber, grupo presidido por Paula Lavigne, contra a demanda dos profissionais do livro, que foi reforçada por artigos de alguns de seus membros mais ilustres (Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil) no Globo.

(*Globo Cultura: A batalha das biografias. Disponível em: In <http://oglobo.globo.com/infograficos/batalha-biografias/>*)

Enquanto na esfera pública se discute no Brasil da liberdade de expressão editorial às biografias não autorizadas, no campo teórico tornou-se objeto de estudo por estar se tornando cada dia mais um mercado promissor aos jornalistas. Sobre este estudo teórico, analise.

- I. Esta teoria começou a ser estudada com mais intensidade nas últimas décadas do século XX, mas teve seu primeiro registro na obra *Public Opinion*, de *Walter Lippman*, que focava em suas características.
- II. Na passagem do século XX para o XXI, registra-se, no Brasil, o estudo da “teoria da biografia sem-fim”, desenvolvida por Felipe Pena com o objetivo de estudar uma área editorial muito explorada pelos jornalistas.
- III. O estudo se refere a este gênero narrativo que vem utilizando cada dia mais técnicas jornalísticas, tais como a necessidade de se estabelecer um pacto com o leitor que referencia a expressão da verdade em sua redação.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
- b) I, somente.
- c) III, somente.
- d) **II e III, somente.**

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

A primeira afirmativa está incorreta já que *Walter Lippman*, na obra *Public Opinion*, reage à teoria dos efeitos limitados, abrindo caminho para os estudos da *Agenda Setting*, ou teoria do agendamento. As demais afirmativas estão corretas ao abordar a inserção de Felipe Pena nos estudos teóricos de comunicação, tratando das biografias que vêm se transformando em importante instrumento de trabalho para jornalistas, imprimindo, de forma intensa, as técnicas da área na elaboração destes trabalhos editoriais.

Fonte: PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

47) Leia o texto abaixo:

O início das investigações acerca (...) remonta a 1949, quando *David Manning White* da Universidade de Boston pediu a alguns editores que guardassem todas as cópias chegadas da *Associated Press*, *United Press* e *International News Service* durante o período de uma semana, para depois justificarem a sua selecção de notícias para os seus jornais. Ao editor foi dado o nome de *Mr. Gates*. Um terço das vezes, *Gates* rejeitou histórias por não crer que elas fossem verdadeiras. Dois terços das vezes, rejeitou-as por não ter suficiente espaço no jornal, ou por já ter escolhido histórias semelhantes para inserir na publicação. O editor confessou ter algumas opiniões pessoais que influenciavam as suas decisões, tais como certos preconceitos ou preferências, para além de certos factores que normalmente determinam a selecção (...)

(*Estudos sobre multimídia – jornalismo online- Disponível em: http://www.citi.pt/estudos_multi/sara_rodrigues/*)

O texto se refere a uma teoria jornalística que analisa as notícias a partir do jornalista, que é quem as produz. Trata-se da:

- a) *Gatekeeper*.
- b) Ação política.
- c) Organizacional.
- d) Agenda *setting*.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA A)

A obra de *David Manning White* é considerada um clássico estudo da teoria do *gatekeeper*, denominada também de teoria da ação pessoal, por tratar de uma abordagem microssociológica, focada no indivíduo (jornalista), na seleção do que irá ser publicado, ou seja, da notícia.

Fonte: TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004, p. 151-154.

48) Os problemas mais comuns deste canal de comunicação interno são o fato de serem pouco envolventes e explicativos, incompletos e muito normativos. Trata-se do(a)

- a) revista.
- b) **boletim**.
- c) *intranet*.
- d) portal corporativo.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA B)

Os boletins, folhetos, memorandos e comunicados são considerados canais de comunicação internos pouco envolventes e explicativos, além de incompletos, devido as suas limitações físicas e o fato de serem muito normativos.

Fonte: TORQUATO, Galdêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p.58.

49) Em relação ao estudo da teoria gnóstica, informe se é verdadeiro (V) ou falso (F) o que se afirma abaixo. A seguir, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta.

- () Estrutura própria da comunidade jornalística formada por costumes, vocabulário e ritos de iniciação específicos.
 - () Notícia como instrumento de interesses políticos, revertida em publicidade para sustentar os anseios do capitalismo.
 - () Jornalismo como um negócio, que busca lucro, voltado ao balanço contábil com atenção especial a área comercial.
 - () Processos vivenciados pelos jornalistas ao se iniciarem na profissão passando por processos específicos de iniciação.
- a) F – F – V – V
 - b) F – V – V – F
 - c) **V – F – F – V**
 - d) V – V – F – F

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

São falsas a segunda e terceira afirmações. Segundo Felipe Pena, a teoria gnóstica acredita que a identidade da comunidade jornalística é formada por uma estrutura gnóstica, sem a conotação religiosa existente neste contexto, mas em seu caráter fáustico e restritivo no que diz respeito aos costumes, vocabulário próprio e ritos de iniciação. A visão da notícia como instrumento de interesses políticos, revertida em publicidade para sustentar os anseios do capitalismo está mais relacionada à teoria instrumentalista. O estudo do jornalismo como um negócio, que busca lucro, voltado ao balanço contábil com atenção especial a área comercial, é característico da teoria organizacional.

Fonte: PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005, pp.135-153.

50) Preencha as lacunas abaixo e, em seguida, assinale a alternativa correta.

A oposição entre a teoria _____ e o _____ consiste na premissa de que na primeira são os indivíduos isolados que constituem o público, enquanto na segunda ocorre a mediação exercida pelos líderes entre os meios de comunicação e os outros indivíduos do grupo.

- a) culturológica / cultural *studies*
- b) crítica / modelo dos efeitos limitados
- c) hipodérmica / modelo do *two-step flow*
- d) funcionalista / modelo semiótico-informacional

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

A oposição entre a teoria hipodérmica e o modelo *two-step flow* (a dois níveis) consiste na premissa de que na teoria hipodérmica, os indivíduos isolados constituem o público e no modelo *two-step flow* ocorre a mediação exercida pelos líderes entre os meios de comunicação e os outros indivíduos do grupo.

Fonte: WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 2009, p.53.

51) A comunicação organizacional possui uma área de atuação denominada comunicação pública que, identificada com a comunicação governamental, pode ser melhor definida como

- a) aquela praticada por candidatos e partidos políticos direcionada aos eleitores e à conquista de seus votos.
- b) ação de divulgação e propagação dos atos das administrações governamentais específicas à administração vigente.
- c) processo representativo envolvendo a sociedade por meio do tratamento da informação direcionada à cidadania.
- d) fluxos de informações e padrões de relacionamentos envolvendo os gestores públicos e suas ações específicas.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

A comunicação pública identificada com a comunicação governamental é muito mais abrangente do que a comunicação governamental e política. Ela desenvolve um processo representativo de comunicação envolvendo a sociedade por meio do tratamento da informação direcionada à cidadania. Ou seja, ela tem por finalidades principais, responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público, estabelecer uma relação de diálogo de forma a permitir a prestação de serviço ao público, apresentar e promover os serviços da administração, tornar conhecidas as instituições (comunicação externa e interna), divulgação ações de comunicação cívica e de interesse geral e integrar o processo decisório que acompanha a prática política. Portanto, trata-se de um processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública do país. Por tudo isso, ela não pode ser restringida a divulgação de um governo, administração pública e suas ações ou ao trabalho comunicativo desenvolvido em períodos eleitorais.

Fonte: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007, pp.10 a 45.

52) Associe as duas colunas relacionando os instrumentos utilizados numa assessoria de imprensa com suas respectivas definições e, em seguida, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta.

- | | |
|-------------------------|--|
| (1) <i>Press kit</i> | () conjunto de materiais e informações sobre o assessorado para serem distribuídos à mídia. |
| (2) <i>Follow up</i> | () compilação de matérias veiculadas na mídia do assessorado ou que seja de seu interesse. |
| (3) <i>Mailing list</i> | () relação dos veículos de comunicação para divulgação, com todos os dados para o contato. |
| (4) <i>Clipping</i> | () ação posterior à divulgação que visa confirmação do recebimento do material já enviado. |

- a) 3 – 4 – 1 – 2
- b) 2 – 1 – 4 – 3
- c) 1 – 4 – 3 – 2
- d) 2 – 3 – 1 – 4

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

O *press kit* é o conjunto de materiais e informações sobre o assessorado produzido para ser distribuído à imprensa em diversas ocasiões como uma entrevista coletiva, por exemplo. O *follow up* é a ação executada pela assessoria de imprensa após o envio de material a imprensa, para certificasse do recebimento e esclarecimento de quaisquer dúvidas. O *mailing list* é a relação que se produz numa assessoria com os contatos dos veículos de comunicação, desde editores, jornalistas, a telefones, e-mails e endereços. O *clipping* é a compilação de materiais divulgados pelos veículos de comunicação sobre o assessorado ou de interesse deste.

Fonte: MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004, p. 66-73.

- 53)** O *release*, um dos instrumentos mais utilizados numa assessoria de imprensa, abre o caminho formal de contato entre a assessoria de imprensa e a redação de um veículo. Sobre seus tipos, é correto afirmar que o
- a) *release* especial é enviado especificamente a um espaço determinado de um veículo de comunicação de forma exclusiva e inédita.
 - b) *release* cobertura é uma espécie de carta convocatória para entrevistas coletivas ou aberturas de eventos, com informações minuciosas e detalhadas.
 - c) comunicado também é um tipo de *release* que é redigido com informações para o veículo de comunicação e para o jornalista, incluindo formas de contato a uma fonte.
 - d) artigo deve ser elaborado pela assessoria com base nas informações apresentadas pelo assessorado e enviado a um veículo apenas com a assinatura do jornalista responsável.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

O comunicado também é um tipo de *release* que é redigido com informações para o veículo de comunicação e para o jornalista, incluindo formas de contato a uma fonte. O artigo deve ter a redação final do jornalista, após um esboço realizado pelo especialista que o assinará e deve ser enviado a um único veículo. O *release* convocação e, não o cobertura, que é uma espécie de carta convocatória para entrevistas coletivas ou aberturas de eventos, com informações minuciosas e detalhadas. O *release* especial é como se fosse uma grande reportagem, já que se aprofunda no “como” e no “porquê” do fato.

Fonte: FERRARETO, Elisa K. & Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2009, pp.70-75.

- 54)** Segundo Wilson da Costa Bueno, no artigo denominado “Publieditoral, a estratégia que afronta a ética” (<http://www.comunicacaoempresarial.com.br>), “a imprensa brasileira tem, gradativamente, incorporado uma prática danosa, infelizmente muito festejada por agências de comunicação e organizações: o publieditorial”. De forma radical, Bueno afirma que “nessa intenção de lesar o cidadão, não está apenas o anunciante (ou a agência que o representa), mas também o veículo, que se dispõe a ceder a ‘sua cara’ para que o anunciante (que o remunera) se aproprie do seu leitor. Logo, trata-se de um crime duplo, um complô comercial que agride a cidadania e a independência editorial dos meios de comunicação”. A ferramenta de comunicação, muito usual nas assessorias de imprensa, que é tratada por Bueno neste artigo, pode ser definida como o
- a) treinamento dos executivos de forma especializada para que possam conquistar eficiência nas entrevistas aos distintos veículos de comunicação.
 - b) conjunto de material promocional, dentre eles, *releases* e brindes, distribuídos aos veículos de comunicação a fim de conquistar o jornalista e o espaço.
 - c) ato, por parte da assessoria de imprensa, de solicitar que as redações enviem as matérias envolvendo a organização assessorada antes da veiculação.
 - d) instrumento publicitário veiculado como se fosse uma matéria jornalística do veículo, por isso, elaborado preferencialmente pela assessoria de imprensa.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

O que vem gerando todas as críticas quanto aos publieditoriais, como se confirma no texto de Wilson da Costa Bueno, insere-se em seu conceito e forma de utilização. Como bem define o grande especialista em comunicação, o publieditorial “constitui-se numa mensagem publicitária, portanto, paga, que tem a cara de reportagem, matéria jornalística”, tendo a intenção de “integrar-se perfeitamente ao veículo em que está inserido, de modo a não ser percebido como publicidade e, portanto, agregar a credibilidade que os textos jornalísticos (evidentemente, publicados em veículos de prestígio) costumam ter”. Por isso, os protestos com relação a essa ferramenta que na visão de Bueno visa “passar a perna” no leitor que, desavisado, pode “comer gato por lebre”, ou seja, ver uma matéria onde, na verdade, existe publicidade.

Fonte: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2003, p. 251.

55) O *media training* é uma técnica muito importante ministrada pelos assessores de imprensa aos assessorados que terão contato com os veículos de comunicação. Um instrumento importante a ser apresentado aos assessorados neste treinamento é o *guide paper* que terá a função de

- a) ensiná-los a lidar com os jornalistas orientando sobre as rotinas de uma redação e linguagens próprias dos jornalistas.
- b) auxiliá-los numa entrevista como um guia de informações estratégicas que devem ser apresentadas pelo entrevistado.**
- c) orientá-los sobre as características específicas de cada veículo de comunicação para que possam se expressar com eficiência durante a entrevista.
- d) prepará-los com o recebimento antecipado das perguntas e temas que serão abordados pelo repórter em entrevista ao vivo para rádio ou televisão.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA B)

O *guide paper* é um guia para determinadas situações de entrevistas que tem o objetivo de disseminar as informações estratégicas de interesse do entrevistado.

Fonte: ASSAD, Nancy & PASSADORI, Reinaldo. *Media Training: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade.* São Paulo: Editora Gente, 2009, pp.59-60.

56) O cuidado com as informações deve ser uma prerrogativa de todo profissional de imprensa que eticamente não pode divulgar notícias que

- I. estejam vinculadas a seus interesses pessoais ou lhe tragam algum tipo de vantagem econômica.
- II. possuam caráter mórbido, sensacionalista, estando em desacordo com os valores humanos, em especial, nas coberturas de crimes ou acidentes.
- III. tenham, em hipótese alguma, sido alcançadas de formas inadequadas, com a utilização de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
- b) I, somente.
- c) I e II, somente.**
- d) II e III, somente.

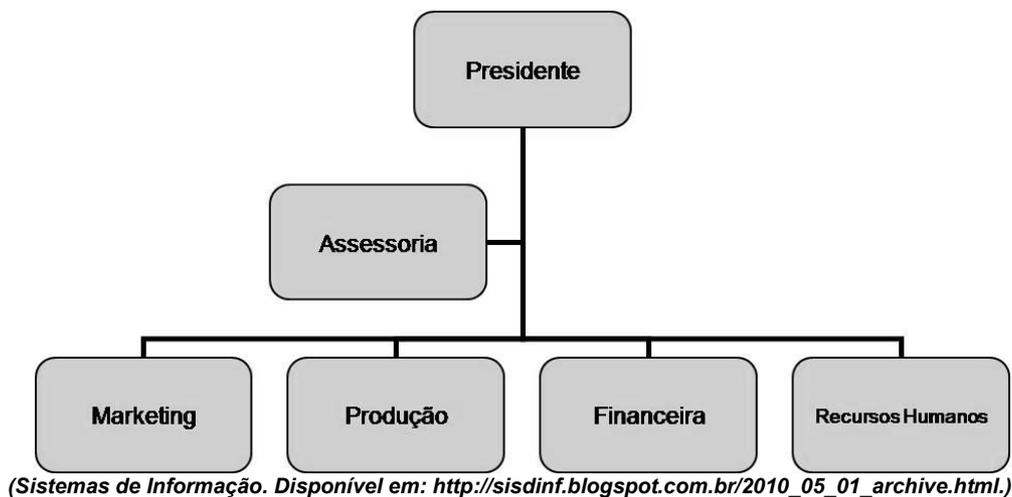
JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

Está incorreta apenas a afirmativa III, pois as informações obtidas de maneira inadequada, como, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos não podem ser divulgadas, exceto em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração. Portanto, não se trata de uma proibição ampla e irrestrita como a afirmativa pressupunha.

Fonte: FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.**

Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

57) A influência das estruturas organizacionais no desenvolvimento do trabalho de uma assessoria de imprensa é muito grande.



No caso do organograma que representa uma estrutura funcional burocrática, analise.

- I. A assessoria insere-se de forma integrada com total interação entre os profissionais de comunicação e os integrantes dos demais setores da organização.
- II. Essa estrutura necessita de uma assessoria altamente especializada, com reserva absoluta aos profissionais de comunicação, mas com atuação geralmente distante dos demais setores.
- III. Possui naturalmente uma comunicação que se desenvolve em rede com grande expressividade de forma a viabilizar a construção de uma identidade para a organização, já que perpassa por todas as direções do tecido organizacional.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmativa(s)

- a) I, II e III.
- b) I, somente.
- c) II, somente.
- d) II e III, somente.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA C)

Apenas a afirmativa II está completamente enquadrada nos quadros da estrutura organizacional funcional burocrática, já que neste “predomina a visão racional das organizações, nas quais as diferentes áreas comportam-se como peças de uma máquina, com encaixes e funções previamente definidas. O bom funcionamento da máquina, aqui, depende da atualização harmônica dessas peças. Por isso, investe-se na especialização, em que cada área cuida de seu espaço, de suas atribuições específicas. Essa visão, apesar de legitimar o espaço de atuação dos profissionais e garantir certa reserva de mercado...só reforça, no entanto, as diferenças entre as funções de comunicação e o restante da organização.” As demais tratam sequencialmente das estruturas matricial e orgânica (rede).

Fonte: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2003, pp.133-136.

58) O Código de Ética do Jornalista Brasileiro estabelece que as transgressões às suas regulamentações serão apuradas, apreciadas e julgadas pelas comissões de ética dos sindicatos e, em segunda instância, pela Comissão Nacional de Ética. Estas comissões são formadas por cinco membros

- a) escolhidos pela Associação Brasileira de Imprensa (ABI).
- b) eleitos por voto direto, secreto e universal dos jornalistas.
- c) indicados pelos sindicatos dos jornalistas de cada estado.
- d) nomeados pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ).

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA B)

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, as comissões de ética serão constituídas por cinco membros, sendo órgãos independentes, com seus membros eleitos por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Serão escolhidas junto com as direções dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), respectivamente. Terão mandatos coincidentes, porém serão votadas em processo separado e não possuirão vínculo com os cargos daquelas diretorias.

Fonte: FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.**

Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

59) Em relação aos canais de comunicação externos, os que enfrentam, entre seus problemas mais comuns, a pouca legibilidade e o hermetismo conceitual na área técnico-financeira são os(as)

- a) artigos.
- b) releases.
- c) redes sociais.
- d) entrevistas coletivas.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA A)

Os problemas apresentados anteriormente – pouca legibilidade e hermetismo conceitual na área técnico-financeira – são mais frequentes nos artigos que já são, por si só, instrumentos complexos de informação, muito voltados para o aprofundamento de temas ou situações, envolvendo não só informações, mas, também, posicionamentos. Por tudo isso, torna-se um canal suscetível à dificuldade de entendimento.

Fonte: TORQUATO, Galdêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p.74.

60) Leia a frase abaixo:

“Os *blogs* corporativos são mais do que uma tendência; são uma realidade que chegou para ficar, assim como a necessidade das empresas se adaptarem a ela.”

(Thalula Begara, em 05/05/2006.)

Sobre a ferramenta e seu uso específico tratado na afirmativa anterior, é correto afirmar que

- a) apesar de ser um instrumento informal de comunicação, os *blogs* corporativos necessitam de políticas e regras rígidas para “blogar”.
- b) o *blog* corporativo externo substitui a página *web* tradicional de uma organização, tornando-se uma “vitrine” e um espaço de diálogo com o público.
- c) os *blogs* corporativos internos devem dispor de quaisquer tipos de regras ou monitoramentos, a fim de manter a liberdade de expressão e o relacionamento entre direção e funcionários.
- d) os *blogs* corporativos externos fortalecem a relação com significativos grupos de pessoas e estabelecem um posicionamento positivo da organização como especialista em determinado tema.

JUSTIFICATIVA DA ALTERNATIVA CORRETA: (LETRA D)

A imposição de regras rígidas para que o público tenha acesso ao *blog* é condenável, pois se torna uma grande desvantagem para a utilização desta ferramenta de forma corporativa. O *blog* corporativo externo não substitui a página *web* tradicional de uma organização que se tem necessidade desta para apresentar de forma ampla a organização, tornando-se uma vitrine, enquanto o *blog* será um espaço para relacionamento, para o diálogo com o público. Embora, não deva possuir regras rígidas, os *blogs* corporativos internos necessitam de regras e monitoramento moderados, a fim de organizar a participação de todos, sem gerar inibição ou coibir ou manipular o que os funcionários estão escrevendo. Os *blogs* corporativos externos fortalecem a relação com significativos grupos de pessoas e estabelecem um posicionamento positivo da organização como especialista em determinado tema.

Fonte: TERRA, Carolina Frazon. *Blogs Corporativos: modismo ou tendência?* São Caetano do Sul – SP: Difusão Editora, 2008 pp.73 a 82.