

PROVA DE JORNALISMO**QUESTÃO 41**

No livro *A prática da reportagem*, Ricardo Kotscho faz algumas considerações sobre a especialização dos jornalistas dentro das redações. Assinale, entre as alternativas abaixo, a que **NÃO** corresponde às colocações do autor.

- a) As nove áreas clássicas de especialização da reportagem são: Cidade, Polícia, Política, Economia, Educação e Saúde, Ciência e Tecnologia, Esportes, Artes e Espetáculos.
- b) O repórter de “geral” atua quando há um caso não previsto no organograma ou quando os repórteres especializados estão todos ocupados.
- c) A reportagem social, no Brasil, equivale à apuração para as colunas sociais, que investigam a vida da alta sociedade.
- d) É na editoria de Polícia que o leitor encontra o Brasil real, o reverso do Brasil oficial dos gabinetes, decretos e discussões teóricas.

QUESTÃO 42

Ao narrar suas experiências no dia-a-dia, Ricardo Kotscho diz que o que realmente diferencia um jornal do outro (e, em consequência, um repórter do outro) é a sua capacidade de transformar pequenos fatos que fazem o dia-a-dia da cidade, do país e do mundo em matérias boas de ler.

De acordo com o autor citado, é correto afirmar, **EXCETO**:

- a) Em média um jornal cobre cem assuntos por dia, e não há pauteiro, por mais genial que seja, capaz de criar cem pautas brilhantes para atender todos os repórteres.
- b) O crescimento dos jornais e das redações tornou necessária a instituição da pauta, principal elo de ligação entre a produção e a edição das matérias.
- c) Apesar da instituição da pauta, cultivar “fontes” e garimpar bons assuntos, além de se manter sempre ligado, são formas de produzir boas matérias.
- d) A pauta deve ser sempre cumprida. Ela contém as perguntas a serem feitas. Você deve evitar sempre fazer perguntas que não constem da pauta.

QUESTÃO 43

Falando sobre as manifestações da mensagem jornalística, Cremilda de Araújo Medina, citando Juarez Bahia, no livro “Notícia – Um produto a venda”, define formulações da mensagem na estrutura do jornal. Numere os termos da 1ª coluna de acordo com o sentido correspondente de cada um, representado na 2ª coluna, respeitando as definições da autora:

- | | |
|----------------|---|
| () Notícia | 1 - Manifestação expressa da opinião da empresa jornalística e dos comentaristas ou articulistas que assinam esse espaço. |
| () Reportagem | 2 - Grande notícia do jornal. |
| () Entrevista | 3 - Tem uma classificação particular quanto à maneira como ocorre, sua procedência, seleção e técnica de tratamento. |
| () Editorial | 4 - É uma apuração provocada, que consubstancia interesse humano, atualidade, originalidade e concisão. |

A numeração correta encontrada é:

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

QUESTÃO 44

Ainda explicando as manifestações da mensagem jornalística, Cremilda de Araújo Medina fala sobre o tratamento da cultura de massa dentro do jornal. Considerando a obra citada, coloque nos parênteses **V** para as afirmativas Verdadeiras e **F** para as afirmativas Falsas:

- () As notícias predominam no dia-a-dia carregadas da dupla função de informar e distrair.
- () As notícias procuram atingir o nível massa de leitores, evitando informações como novidades da sociedade, polícia, serviços de lazer e perfis de interesse humano.
- () Os acontecimentos de consumo garantido, pela importância internacional ou imediata de seus efeitos, não provocam um esforço dos editores em completar as matérias com contexto, antecedentes, opiniões especializadas e um nível mais profundo de humanização.
- () É muito difícil separar informação de distração no contexto da cultura de massa, o que propicia o abandono dessas duas categorias estanques.

A identificação correta das afirmativas, pela ordem, está na opção:

- a) V,V,F,V
- b) F,V,V,F
- c) V,F,F,V
- d) V,V,V,F

QUESTÃO 45

Numere a 2ª coluna de acordo com a 1ª, considerando os tipos de matérias veiculadas em jornais empresariais, segundo o autor do livro *Jornalismo Empresarial*, Francisco Gaudêncio Torquato do Rego:

- | | |
|---------------------------|--|
| 1 - Matéria-retrato | () Apresenta a situação de uma área da empresa com seus dados, processos, histórico, índices e técnicas utilizadas. |
| 2 - Matéria de ilustração | () Apresenta assuntos que não têm ligação direta com a empresa, mas informam e orientam o leitor. |
| 3 - Matéria associativa | () Traça um esboço das características físicas e comportamentais dos membros da comunidade. |
| 4 - Matéria departamental | () Destina-se a promover as atividades sócio-comunitárias, exercendo um papel importante na integração dos quadros sociais. |

A numeração **CORRETA** encontrada é:

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

QUESTÃO 46

Segundo Francisco Gaudêncio Torquato do Rego, as publicações jornalísticas empresariais detêm algumas características específicas. Assinale a afirmativa **CORRETA**:

- a) As publicações empresariais, enquanto veículos jornalísticos, devem ter periodicidade, isto é, devem aparecer em intervalos sucessivos e regulares.
- b) Para assumir seu atributo de universalidade, essas publicações não devem apresentar informações sobre áreas ou programas da empresa.
- c) Toda mensagem de interesse da comunidade deve ser objeto de informação das publicações empresariais.
- d) Nas publicações empresariais, o critério menos válido para determinar o conceito de notícia na empresa é a própria política empresarial.

QUESTÃO 47

Ainda segundo o autor do livro *Jornalismo Empresarial*, a comunicação da empresa com seus públicos interno e externo deve seguir alguns princípios. Assinale a afirmativa **INCORRETA**:

- a) Para comunicar-se com o ambiente externo, as empresas geralmente usam uma série de veículos que não são, em sua maioria, da área jornalística: relatórios, balanços, folhetos promocionais, “folders” e manuais.
- b) Os jornais, revistas e boletins não constituem os principais canais de comunicação da empresa com os públicos externos.
- c) Jornais, revistas e boletins são apropriados para a comunicação da empresa com a sua comunidade.
- d) As publicações internas não são os instrumentos mais apropriados para resolver problemas gerados pela burocratização e não estabelecem pontes informais entre os empregados.

QUESTÃO 48

Para Francisco Gaudêncio Torquato do Rego, no livro “*Jornalismo Empresarial*”, os efeitos gerados sobre os empregados pelas publicações internas são, entre outros, os seguintes, **EXCETO**:

- a) Melhor compreensão do negócio da empresa, conduzindo à maior eficiência.
- b) Sentimento de união e posse entre os empregados e as unidades dentro de uma empresa ou grupo ramificado.
- c) Sentimento de isolamento no processo produtivo.
- d) Oportunidade para os empregados se exprimirem e ventilarem suas opiniões, sentindo que estão tomando parte nos assuntos da empresa.

QUESTÃO 49

Segundo Marilene Lopes, no livro *Quem tem medo de ser notícia*, a imprensa está estruturada como qualquer grande empresa. Os nomes dos cargos na área editorial podem variar de um veículo para outro, mas possuem funções semelhantes. Numere a 2ª coluna de acordo com a 1ª, dando a cada cargo a sua principal função:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1 - Editor-chefe | () Orienta os repórteres, altera textos, sugere mudanças no plano do dia e também produz matérias. |
| 2 - Coordenador de produção | () Administra a linha editorial do veículo. |
| 3 - Editor-assistente | () Gerencia e consolida a pauta de cada edição. |
| 4 - Repórter especial | () Atua em pautas diferenciadas ou pautas de sua própria lavra. Interage, discute, propõe e decide em comum acordo com os editores. |

A numeração **CORRETA** encontrada é:

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

QUESTÃO 50

Considerando-se que uma área de comunicação corporativa possui estratégias específicas, a autora Marilene Lopes aponta, em seu livro, várias atribuições da área. Assinale a que **NÃO** é correta:

- a) Aprovar *press-releases* para serem enviados aos veículos de comunicação e submetê-los à revisão dos executivos da empresa.
- b) Avaliar, mensalmente, a presença da empresa na mídia, de forma a direcionar as estratégias, segmentadas por temas.
- c) Participar de entidades de classe, sempre visando à promoção da imagem da empresa.
- d) Evitar visitas de jornalistas às instalações da empresa e aos locais onde ela atua.

QUESTÃO 51

Para Marilene Lopes, há vários cuidados que o executivo de uma organização deve tomar para conceder entrevistas aos jornalistas. **NÃO** é recomendação válida para esse caso:

- a) Trate todos os jornalistas com a mesma amabilidade, independentemente do peso da publicação que ele representa ou do cargo que ele ocupa.
- b) Evite desmentir ou corrigir qualquer declaração que você tenha feito anteriormente.
- c) Jamais peça ao profissional de imprensa que ele repita ou explique melhor a pergunta que fez a você.
- d) Evite polemizar. Em princípio, o jornalista está do seu lado e não contra você.

QUESTÃO 52

No livro *Quem tem medo de ser notícia*, de Marilene Lopes, a autora apresenta a diferença entre espaço editorial e espaço publicitário em um veículo de comunicação. Correlacione a segunda coluna de acordo com primeira, identificando as definições para espaço editorial e espaço publicitário:

- | | |
|-------------------------|---|
| 1 - Espaço editorial | () Com a palavra, a empresa. |
| 2 - Espaço publicitário | () Com a palavra, a imprensa. |
| | () Espaço, destaque, momento e mensagem fora do controle da empresa. |
| | () Espaço, destaque, momento e mensagem sob controle da empresa. |
| | () A empresa controla todo o processo até a publicação. |
| | () A empresa fornece apenas a informação: não controla o resultado. |

A numeração correta encontrada é:

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

QUESTÃO 53

No livro *Pragmática do Jornalismo*, Manuel Carlos Chaparro aborda algumas conceituações do *off* e do boato. Assinale a alternativa que **NÃO** corresponde às explicações do autor:

- a) O boato motiva pautas, esconde ou expõe fatos, amplia ou reduz a dimensão dos acontecimentos, altera-lhes o significado, atrai ou repele a curiosidade dos repórteres, motiva ou inibe perguntas, direciona reportagens, gera ou elimina manchetes, produz desmentidos ou confirmações.
- b) No jornalismo brasileiro, o *off* é a mais nobre e corriqueira prática do boato e é uma das almas da cultura jornalística.
- c) O boato pode determinar ou modificar as intenções das mensagens jornalísticas, adequando-as aos interesses a que está vinculado.
- d) Nenhum jornal, no Brasil ou no exterior, limita ou impede a utilização da informação em *off*.

QUESTÃO 54

Quando descreve a pragmática da ação jornalística, Manuel Carlos Chaparro faz algumas ponderações sobre a conexão teórica entre jornalismo e pragmática. Coloque nos parênteses **V** (se a afirmação for Verdadeira) e **F** (se a afirmação for Falsa) tendo em vista as afirmações do autor:

- () A conexão teórica entre jornalismo e pragmática está assentada no reconhecimento de que “a utilização da língua não se reduz a produzir um enunciado, senão que esse enunciado é a execução de uma ação social”.
- () A pragmática se ocupa, entre outras coisas, da formulação das condições para o êxito dos atos de fala, que “estão relacionadas com os conhecimentos, os desejos e as obrigações dos falantes”.
- () O acontecimento (do qual o relato asseverador faz parte) é uma forma complexa de processo, com mais ou menos capacidade de desorganização e reorganização social.
- () A intenção prejudica o fazer criativo do jornalismo, impedindo que ele se concretize como ação social e como criação cultural.

A identificação correta das afirmativas, pela ordem, está na opção:

- a) V,V,F,V
- b) F,V,V,F
- c) V,F,F,V
- d) V,V,V,F

QUESTÃO 55

Segundo Manuel Carlos Chaparro, no livro *Pragmática do Jornalismo*, “... os propósitos jornalísticos se limitam à finalidade de informar tendo em vista o interesse público, a intenção precisa de um princípio ético ou de um valor moral para escolher e administrar criativamente as técnicas do *fazer*, tendo em vista a elaboração estética.”

Não corresponde aos propósitos estabelecidos pelo autor:

- a) Porque as ações são conscientes, controláveis e intencionadas, cada jornalista é responsável moral pelos seus *fazer*s.
- b) O jornalismo é um processo social de ações conscientes, controladas ou controláveis – portanto, *fazer*s combinados com intenções.
- c) Se uma intenção se refere unicamente à execução de um *fazer*, então as intenções dos *fazer*s jornalísticos podem ou não estar vinculadas aos motivos éticos do jornalismo.
- d) O jornalismo é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém as mediações viabilizadoras do direito à informação.

QUESTÃO 56

No livro *A força da Comunicação*, Frank Corrado fala sobre as novas imposições empresariais para as comunicações em quatro áreas. Assinale a opção que **NÃO** é apresentada pelo autor na obra citada:

- a) **Empregados**: o papel da comunicação é apoiar a empresa na consolidação de um diálogo eficaz com os empregados, por meio de palavras e ações, a fim de alcançar suas metas de melhor produtividade, serviço ao cliente e qualidade.
- b) **Imprensa**: estabelecer um canal aberto com os jornalistas de todos os veículos, numa tentativa de ganhar espaço na mídia.
- c) **Clientes**: em parte pelo excesso de uso, a publicidade vem sendo suplementada, e às vezes até mesmo substituída, pelo emprego crescente das relações públicas, que ajuda a transmitir com mais eficiência as informações para os clientes-alvo.
- d) **Administração**: a comunicação é, hoje, um fator importantíssimo no ambiente empresarial, que é dirigido pela tecnologia e no qual as pessoas rapidamente tomam ciência das informações.

QUESTÃO 57

Em seu livro, Frank Corrado explica o que o executivo principal de uma organização deve fazer para demonstrar liderança na comunicação. Assinale a afirmativa **INCORRETA**:

- a) Nunca iniciar e nem gerenciar qualquer mudança, mas sim fornecer os recursos financeiros e humanos para conseguir que o trabalho seja feito.
- b) Desenvolver uma visão compartilhada de futuro, conhecendo as necessidades e expectativas dos interessados, criando uma missão abrangente e depois comunicando-a.
- c) Estabelecer e manter a confiança no líder da organização, mostrando credibilidade e integridade.
- d) Dar poderes e motivação aos empregados, afastando a organização da administração autoritária e levando-a em direção a uma cultura de concessão de poder (*empowerment*).

QUESTÃO 58

Segundo Corrado, assinale a opção que **NÃO** corresponde a uma estratégia organizacional para unir as áreas de Comunicação e Recursos Humanos no ambiente empresarial:

- a) Conseguir o compromisso da administração para comunicações de recursos humanos mais fortalecidas.
- b) Desenvolver uma declaração de política de recursos humanos para as comunicações.
- c) Não envolver no desenvolvimento das estratégias a alocação de nenhum tipo de recurso.
- d) Definir responsabilidades claras entre comunicações e recursos humanos.

QUESTÃO 59

No livro *A força da Comunicação*, Frank Corrado faz considerações sobre o encontro de executivo de uma organização com a mídia. Assinale a opção que **NÃO** está de acordo com as considerações do autor citado:

- a) Na entrevista, responda às perguntas com frases completas e fáceis de entender.
- b) Procure estabelecer uma relação de proximidade, fazendo confidências a apenas um repórter.
- c) Diga a verdade. Lembre-se de que uma organização é tão digna de crédito quanto às pessoas que a representam.
- d) Antes da entrevista, sempre pratique com alguém que possa desempenhar o papel de repórter.

QUESTÃO 60

Muniz Sodré, no livro *Reinventando a Cultura*, ao discorrer sobre a formação da notícia, afirma que toda notícia pressupõe um fato, um relato e um público. Entre as alternativas abaixo, marque a que **NÃO** corresponde às afirmações do autor:

- a) O que é considerado de interesse público é crucial para o produtor da notícia.
- b) Na notícia, o falante é um sujeito fixo que sempre “anuncia” algo. Isso significa: ela não argumenta nem opina, mas proclama que algo de novo se passou.
- c) O “lead” resume a ação noticiosa, identificando pessoas, lugares e eventos, além de enfatizar os aspectos considerados básicos do acontecimento.
- d) A implantação das novas tecnologias de informação nas redações não interferiu na estrutura do texto jornalístico.

A T E N Ç Ã O

COM SUA ESCRITA HABITUAL, TRANSCREVA, PARA O ESPAÇO RESERVADO PELA COMISSÃO, NA FOLHA DE RESPOSTA, A SEGUINTE FRASE:

Muitas empresas fracassam em virtude da falta de cultura administrativa de seus dirigentes segundo evidenciam pesquisas recentes.