

CONCURSO PÚBLICO

Maio - 2009



Jornalista

Leia estas instruções:

1	Confira se os dados contidos na parte inferior desta capa estão corretos e, em seguida, assine no espaço reservado para isso. Caso se identifique em qualquer outro local deste Caderno, você será eliminado do Concurso.
2	Este Caderno contém a Prova de Redação e vinte e quatro questões de Conhecimentos Específicos (quatro discursivas e vinte de múltipla escolha).
3	Quando o Fiscal autorizar, confira se este Caderno está completo e se não apresenta imperfeição gráfica que impeça a leitura. Se você verificar algum problema, comunique-o imediatamente ao Fiscal.
4	Na Redação e nas questões discursivas , você será avaliado exclusivamente por aquilo que escrever dentro do espaço apropriado.
5	Escreva de modo legível. Dúvida gerada por grafia ou rasura implicará redução de pontos.
6	Cada questão de múltipla escolha apresenta apenas uma resposta correta.
7	Interpretar as questões faz parte da avaliação; portanto, não adianta pedir esclarecimentos aos Fiscais.
8	Utilize, para rascunhos, qualquer espaço em branco deste Caderno e não destaque nenhuma folha.
9	Os rascunhos e as marcações que você fizer neste Caderno não serão considerados para efeito de avaliação.
10	Você dispõe de quatro horas, no máximo, para elaborar, em caráter definitivo, a Redação, responder às questões discursivas e de múltipla escolha e preencher a Folha de Respostas.
11	O preenchimento da Folha de Respostas é de sua inteira responsabilidade.
12	Antes de retirar-se definitivamente da sala, devolva ao Fiscal a Folha de Respostas e este Caderno.

Assinatura do Candidato: _____

Prova de Redação

Há quem dê importância exclusivamente a livro digital. Alega-se, por exemplo, que ele não requer o desmatamento de árvores, para fabricação de papel.

Outros, no entanto, valorizam apenas livro convencional. Segundo eles, possibilita a leitura em qualquer ambiente, dispensando uso de computador.

Um jornal de grande circulação publicará, em breve, alguns artigos que discutam este questionamento:

Qual livro subsistirá: o digital ou o convencional?

Convidado a produzir um artigo de opinião a esse respeito, você aceita a tarefa.

Você poderá defender ou criticar um dos pontos de vista mencionados acima. Se preferir, assuma uma posição intermediária. Apresente quatro argumentos que dêem sustentação a sua tese.

Seu texto deverá, **obrigatoriamente**, atender às seguintes determinações:

- ser redigido no espaço destinado à versão definitiva;
- ser redigido em prosa, de acordo com o padrão culto da língua portuguesa (**considere as normas ortográficas vigentes até 31/12/2008**);
- ter um título;
- conter, no mínimo, 20 linhas e, no máximo, 40 linhas.

Observação: Apesar de tratar-se de um artigo de opinião, **NÃO ASSINE** o texto (nem mesmo com pseudônimo).

ESPAÇO DESTINADO À REDAÇÃO DEFINITIVA

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	

Discursivas

QUESTÃO 01

A produção de *press-release* é uma atividade rotineira numa assessoria de comunicação. Considerando a importância desse produto,

A) especifique sua funcionalidade;

B) aponte duas características que padronizam sua elaboração em obediência aos critérios jornalísticos.

Espaço destinado à Resposta

Fim do espaço destinado à Resposta

QUESTÃO 02

A comunicação com funcionários das empresas vem sendo, cada vez mais, administrada pelas *assessorias de comunicação*. Sendo a comunicação interna uma das estratégias das organizações,

- A) explicita sua importância no contexto de funcionamento de uma organização;
- B) enumere e descreva duas ferramentas que a *assessoria de comunicação* pode utilizar para atingir os funcionários da empresa.

Espaço destinado à Resposta

Fim do espaço destinado à Resposta

QUESTÃO 03

A respeito da conduta profissional do jornalista, o atual Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, aprovado pela FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), faz, explicitamente, duas menções importantes relacionadas diretamente à atividade do jornalista em assessoria de comunicação, uma no artigo 7º e outra no artigo 12.

A) Sobre o artigo 7º, mencione a *restrição* que o Código faz.

B) Sobre o artigo 12, descreva a *ressalva* indicada.

Espaço destinado à Resposta

Fim do espaço destinado à Resposta

QUESTÃO 04

No processo de diagramação de um periódico, o jornalista dispõe de alguns recursos para distribuir adequadamente o texto no espaço em branco do diagrama. Entre esses recursos, estão a *escolha da fonte*, o *entrelinhado* e as *colunas*.

A) Diga para que serve cada recurso citado acima.

B) Indique a relação que esses recursos mantêm entre se para a otimização dos espaços em branco.

Espaço destinado à Resposta

Fim do espaço destinado à Resposta

Múltipla Escolha

- 01.** Sebastião Salgado destacou-se como profissional de
- A) televisão.
 - B) jornal impresso.
 - C) fotografia.
 - D) rádio.
- 02.** Logo após a Independência do Brasil, um crime contra a imprensa iniciou um período conturbado e de agitação política. Nele, foi envolvida, inclusive, a figura do próprio imperador D. Pedro I. A vítima, um jornalista renomado e influente, instantes antes de sua morte, ciente das motivações do crime, teria proferido as seguintes palavras: “Morre um liberal, mas não morre a liberdade”.
Esse enunciado é atribuído a
- A) José Bonifácio.
 - B) Libero Badaró.
 - C) Cipriano Barata.
 - D) Hipólito José da Costa.
- 03.** Na década de 50, um jornal impresso brasileiro, de circulação nacional, passou por uma profunda reforma gráfica, que foi executada durante três anos e que o colocou na vanguarda da imprensa brasileira. Entre outras mudanças, o jornal trocou a ilustração pela fotografia, implantou um versátil suplemento dominical e passou a deixar mais espaços em branco.
Essa reforma foi feita no
- A) Jornal do Brasil..
 - B) Estado de São Paulo.
 - C) O Globo.
 - D) Zero Hora
- 04** O formato *spot* se caracteriza por ser uma
- A) peça publicitária musicada, sem caráter noticioso, utilizada em mensagens institucionais ou promocionais.
 - B) chamada breve e instigante para promover uma notícia ou um programa que vem a seguir.
 - C) notícia mais importante destacada logo no início da informação para prender a atenção do ouvinte.
 - D) comunicação breve em rádio, de mensagem publicitária comercial ou institucional.
- 05.** Os processos de impressão industrial de periódicos compreendem as seguintes etapas:
- A) lincagem, composição e diagramação.
 - B) composição, diagramação e distribuição.
 - C) distribuição, postagem e paginação.
 - D) paginação, lincagem e postagem.

13. "Suitar" uma matéria é o mesmo que
- A) retomar os acontecimentos envolvidos no fato noticiado.
 - B) condensar a notícia que será desenvolvida na edição.
 - C) copidescar todas as matérias da edição.
 - D) inserir obrigatoriamente um *lead* na matéria.
14. A peça publicitária – veiculada exclusivamente na internet – que equivale ao anúncio da mídia impressa é o
- A) *blog*.
 - B) *chat*.
 - C) *spam*.
 - D) *banner*.
15. O texto que acompanha ou complementa o título de uma matéria é a
- A) viúva.
 - B) linha fina.
 - C) chamada.
 - D) legenda.
16. O produto ou serviço realizado pelo jornalista que trabalha em assessoria de comunicação está correlacionado adequadamente ao conceito na seguinte opção:
- A) *Media training* – informativo para a imprensa.
 - B) *Press release* – recortes de matérias.
 - C) *Stakeholders* – público preferencial.
 - D) *Follow-up* – curso para os assessorados.
17. A tarefa de compreender e gerenciar redes informais de comunicação, o que inclui a famosa "rádio peão", cabe, prioritariamente, ao setor de comunicação organizacional diretamente responsável pela comunicação
- A) corporativa.
 - B) interna.
 - C) empresarial.
 - D) tecnológica.
18. O procedimento de trabalho cujo uso já é consagrado pela assessoria de comunicação, nos processos de comunicação interna, é o
- A) *house organ*.
 - B) *press-release*.
 - C) *clipping*.
 - D) *follow-up*.
19. É um procedimento que compromete a ética de uma assessoria de comunicação:
- A) enviar *release* do fato motivador de uma entrevista coletiva.
 - B) planejar visitas do assessorado às redações.
 - C) recusar-se a conceder entrevista por telefone.
 - D) dar exclusividade a um veículo para a divulgação de um evento.
20. A prática usual, nas assessorias de comunicação, para se discutirem as estratégias de divulgação de um fato à imprensa denomina-se:
- A) *pop-up*.
 - B) *mailing list*.
 - C) *briefing*.
 - D) *release*.