



INSTITUTO FEDERAL DE  
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
CEARÁ

**CONCURSO PÚBLICO - CARREIRA TÉCNICO-ADMINISTRATIVA  
EDITAL Nº 03/2009**

CARGO

*Jornalista*

**CADERNO DE PROVAS**

- Língua Portuguesa - Questões de 01 a 20
- Conhecimentos Específicos - Questões de 21 a 60

Data: 02 de agosto de 2009

Duração: 04 horas

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

Inscrição

Sala

**Concurso IGUATU 2009**

**TRABALHO E LAZER: UMA UNIÃO CRIATIVA**

01 Às dez horas da manhã você acorda. Toma o café ainda de pijama. Lê alguns jornais.  
02 Confortavelmente acomodado numa poltrona, você começa a organizar suas tarefas. Ouvindo uma  
03 boa música, se lembra das idéias que teve na noite anterior para aquele texto que precisa entregar  
04 no fim do dia. Faz algumas anotações e, finalmente, se senta em frente ao computador para  
05 concretizar a obra. Você já está em ritmo de trabalho.

06 Este deve ser o sonho de muita gente e é também a descrição do ideal de um trabalhador  
07 moderno. Ou seria melhor dizer pós-moderno? Vivemos na era pós-industrial. Ao mesmo tempo  
08 em que a sociedade da informação se instaura, ainda estamos sob a pressão da produção industrial.  
09 Apesar de tantas transformações, o tempo ainda é escasso.

10 Cada vez mais, a criatividade se apresenta como o valor máximo desse novo mundo. Dizem  
11 que daqui a algum tempo ela será a única capaz de manter os nossos empregos. Até porque as  
12 máquinas já fazem quase todo o trabalho braçal. Mas não há como nos tornarmos criativos sem  
13 termos a oportunidade de vivenciar experiências prazerosas e construtivas.

14 O sociólogo italiano Domenico de Masi desenvolveu a teoria do Ócio criativo – um  
15 sincretismo entre trabalho, aprendizado e prazer, para que o homem se desenvolva em todas as  
16 suas condições e tenha um aproveitamento inteligente e construtivo do tempo. Ele aposta numa  
17 sociedade em que as pessoas aprendam a ocupar o tempo com atividades que tragam satisfação e  
18 agreguem valor.

19 Na era da informação, o poder não está mais vinculado aos donos dos meios de produção de  
20 bens materiais, como na sociedade industrial, mas à produção de valores, símbolos, serviços,  
21 *design*, estética e conhecimento. A sociedade das idéias passa, então, a exigir ainda mais da  
22 inovação e da criatividade.

23 Diante desta perspectiva, a educação para criação e empreendedorismo assume um papel  
24 fundamental na formação de pessoas que saibam utilizar o seu tempo livre para acumular  
25 conhecimento e fertilizar novas idéias. Saber escolher um bom filme, um bom livro e estar aberto  
26 a boas relações de amizade são grandes elementos para a troca e fruição de experiências,  
27 alimentando a criatividade e o espaço de reflexão e crítica.

28 A professora da PUC-Rio Karina Kuschnir, doutora em antropologia social, aponta a  
29 importância de reservar um tempo para sentir-se bem fazendo o que se gosta, para aprender e  
30 refletir. Segundo ela, a repetição automática das atividades diárias leva à robotização do ser  
31 humano. Conversar sobre diferentes assuntos e contemplar a arte ajudam a desacelerar e a  
32 desenvolver o pensamento.

AMARAL, Fabíola; ROIZEN, Izabel; VIEIRA, Joana. Trabalho e lazer: uma união criativa. *Eclética*. Janeiro-junho/2004.p.56-57.

01. No primeiro parágrafo, as autoras visam a:

- A) estabelecer uma relação dialógica com o leitor.
- B) mostrar ao leitor o absurdo da vida pós-moderna.
- C) despertar o leitor para a monotonia existencial da vida humana.
- D) comunicar ao leitor a vida como sequência prevista de eventos.
- E) chamar a atenção do leitor para a alienação do homem moderno.

02. As frases do trecho “Às dez horas da manhã você acorda. Toma o café ainda de pijama. Lê alguns jornais. Confortavelmente acomodado numa poltrona, você começa a organizar suas tarefas” (linhas 01-02) exprimem:

- A) relação causal.
- B) relação opositiva.
- C) sucessão temporal.
- D) contraste de eventos.
- E) desconexão de eventos.

03. A era da informação, segundo as autoras:
- A) pode favorecer o ócio criativo.
  - B) tem o mesmo caráter da era industrial.
  - C) põe as máquinas contra a criatividade do ócio.
  - D) obsta a estética e o conhecimento por parte do homem.
  - E) propicia a robotização do homem e supremacia do trabalho.
04. O propósito das autoras é mostrar que:
- A) o ócio criativo é adverso ao trabalho.
  - B) o ócio criativo deve ao final eliminar o trabalho.
  - C) o ócio criativo deve ser opcional para o homem.
  - D) o ócio criativo é preponderante sobre o trabalho.
  - E) ócio criativo e trabalho podem complementar-se.
05. A expressão “Ou seria melhor” (linha 07) estabelece em relação à frase anterior uma ideia de:
- A) conclusão.
  - B) concessão.
  - C) retificação.
  - D) explicação.
  - E) confirmação.
06. No trecho “Às dez horas da manhã você acorda. Toma o café ainda de pijama. Lê alguns jornais” (linha 01), há uma figura de linguagem denominada:
- A) antítese.
  - B) assíndeto.
  - C) hipérbole.
  - D) metáfora.
  - E) comparação.
07. Existe metáfora na frase:
- A) “...acomodado numa poltrona, você começa a organizar suas tarefas” (linha 02).
  - B) “...e é também a descrição do ideal de um trabalhador moderno” (linha 06).
  - C) “Apesar de tantas transformações, o tempo ainda é escasso” (linhas 08-09).
  - D) “a criatividade se apresenta como o valor máximo desse novo mundo” (linha 10).
  - E) “...alimentando a criatividade e o espaço de reflexão e crítica” (linhas 24-25).
08. A palavra *fruição* (linha 24), no contexto, significa:
- A) extração das conseqüências.
  - B) aproveitamento prazeroso.
  - C) ócio sociabilizado.
  - D) prazer absoluto.
  - E) gozo gratuito.
09. Na frase “Ouvindo uma boa música, se lembra das idéias que teve na noite anterior...” (linhas 02-03), a oração sublinhada equivale a:
- A) se você ouve uma boa música.
  - B) embora você ouça uma boa música.
  - C) para que você ouça uma boa música.
  - D) enquanto você ouve uma boa música.
  - E) depois que você ouve uma boa música.
10. Assinale a alternativa em que há uma palavra suscetível de paronímia.
- A) descrição (linha 06).
  - B) braçal (linha 12).
  - C) pressão (08).
  - D) poder (18).
  - E) há (12).

11. Na frase “Apesar de tantas transformações, o tempo ainda é escasso” (linhas 08-09), a expressão sublinhada tem valor de:
- A) conjunção com sentido causal.
  - B) advérbio com sentido opositivo.
  - C) conjunção com sentido concessivo.
  - D) preposição com sentido de concessão.
  - E) preposição com sentido de simultaneidade.
12. Assinale a alternativa em que há uma correlação correta entre palavra e classe gramatical.
- A) “Segundo” (linha 27) – conjunção conformativa.
  - B) “mais” (linha 18) – conjunção adversativa.
  - C) “que” (linha 24) – conjunção integrante.
  - D) “então” (linha 20) – advérbio de modo.
  - E) “um” (linha 16) – numeral cardinal.
13. Assinale a alternativa cujo substantivo apresenta complemento no texto.
- A) “tempo” (linha 17).
  - B) “satisfação” (linha 17).
  - C) “sociedade” (linha 16).
  - D) “conhecimento” (linha 22).
  - E) “aproveitamento” (linha 16).
14. Assinale a alternativa em que a regência do termo grifado se altera se o complemento for um substantivo.
- A) “Dizem que daqui a algum tempo...” (linhas 10-11).
  - B) “ela será a única capaz de manter os nossos empregos.” (linha 11).
  - C) “...as pessoas aprendam a ocupar o tempo com atividades...” (linhas 16-17).
  - D) “Saber escolher um bom filme, um bom livro” (linha 23).
  - E) “aponta a importância de reservar um tempo para sentir-se bem” (linhas 26-27)
15. Assinale a alternativa em que a crase está adequadamente empregada, como em “a repetição automática das atividades diárias leva à robotização do ser humano” (linhas 27-28).
- A) O ócio criativo virá à seu tempo.
  - B) O ócio criativo requer solução às claras.
  - C) O homem talvez aprenda à vivenciar o ócio criativo.
  - D) O sonho do ócio criativo se realizará à qualquer hora.
  - E) O trabalho hodierno leva o homem à repetitivas tarefas.
16. A propósito da forma verbal “utilizar” (linha 22), assinale a alternativa em que a palavra está corretamente escrita com s ou com z.
- A) Fuzível.
  - B) Deslize.
  - C) Analizar.
  - D) Pesquisizar.
  - E) Franquesa.
17. Assinale a alternativa em que a vírgula é usada pela mesma razão que na frase “Cada vez mais, a criatividade se apresenta como o valor máximo...” (linha 10).
- A) “Saber escolher um bom filme, um bom livro...” (linha 23).
  - B) “um sincretismo entre trabalho, aprendizado e prazer...” (linhas 14-15).
  - C) “Apesar de tantas transformações, o tempo ainda é escasso” (linhas 08-09).
  - D) “mas à produção de valores, símbolos, serviços, *design*, estética e conhecimento” (linhas 19-20).
  - E) “A professora da PUC-Rio Karina Kuschnir, doutora em antropologia social, aponta a importância de reservar um tempo...” (linhas 26-27).

18. Assinale a alternativa em que há a possibilidade de vírgula, sem prejuízo do sentido.
- A) “Ou seria melhor dizer pós-moderno?” (linha 07).
  - B) “Este deve ser o sonho de muita gente” (linha 06).
  - C) “na formação de pessoas que saibam utilizar o seu tempo livre” (linha 22).
  - D) “Até porque as máquinas já fazem quase todo o trabalho braçal” (linhas 11-12).
  - E) “O sociólogo italiano Domenico de Masi desenvolveu a teoria do Ócio criativo” (linha 14).
19. Assinale a alternativa que apresenta corretamente uma parte do documento oficial em destaque.
- A) Declaração: ementa da matéria.
  - B) Ata: vocativo conforme a autoridade.
  - C) Ofício: divisão em cláusulas e parágrafos.
  - D) Requerimento: nome e dados do requerente.
  - E) Exposição de Motivos: assunto ao final do texto.
20. Assinale a alternativa que descreve corretamente a forma do documento oficial.
- A) Nos ofícios, usa-se vírgula depois do vocativo, antes do texto.
  - B) A data deve figurar centralizada no final da instrução normativa.
  - C) No requerimento, o assunto deve ser alinhado à direita, antes da data.
  - D) Os parágrafos da ata devem-se iniciar a 3,0 cm de distância da margem.
  - E) Nas declarações, o destinatário deve ser precedido de PARA e dois pontos.

21. Segundo Sérgio Caparelli, a reprodução no Brasil do modelo norte-americano de televisão, quando de sua implantação, é um índice da televisão dependente. Assim é correto afirmar que:
- A) a televisão rompeu com o modelo de produção econômica característico do sistema capitalista.
  - B) desde o início, a televisão brasileira acompanhou a tendência da economia internacional à concentração.
  - C) a televisão, desde sua chegada ao Brasil, permitiu a desconcentração geográfica dos seus centros de produção.
  - D) o grupo que detinha o então quase monopólio nacional, comandado por Roberto Marinho, já controlava rádios, TVs e jornais.
  - E) a rescisão do contrato com o Grupo *Time Life* foi determinante para o declínio do único conglomerado que podia competir com o Grupo Globo, no caso os Diários Associados.
22. Para Venício A. Lima, no cenário de globalização contemporânea, a consequência mais evidente da convergência tecnológica no setor de comunicações (telecomunicações, *mass media* e informática) é enorme e sem precedentes, faz a concentração da propriedade que provoca a consolidação e a emergência de um reduzido número de mega-empresas mundiais. Isso indica que:
- A) agora fica possível descrever como estão bem identificadas as empresas dominantes em cada mídia separadamente.
  - B) a onda internacional liberalizante de privatizações e desregulamentação provocou uma avalanche de aquisições, fusões e *joint ventures* envolvendo estados nacionais, bancos, grandes empreiteiras e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas.
  - C) como a comunicação revelou-se um produto muito rentável, é cada vez maior o número de investidores, fazendo crescer o número dos conglomerados empresariais.
  - D) esse processo, no cenário econômico e político mundial, tem sido o responsável pela expansão crescente dos investimentos que, agora bem setorizados, asseguram maior retorno aos investidores.
  - E) o Brasil, com um excelente marco regulatório no campo da radiodifusão, acompanha essa tendência mundial, consolidando economicamente o setor de comunicação.
23. A Constituição Federal brasileira diz, no Artigo 220, parágrafo 5º, que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Assim, é verdadeiro afirmar:
- A) Nossa legislação infraconstitucional fortalece essa garantia da Constituição, notadamente a Lei da TV a Cabo e a Lei Geral de Telecomunicações.
  - B) Nossa legislação específica limita e controla bem a concentração da propriedade dos meios de comunicação.
  - C) O Brasil, diferente do que ocorre em outros países, soube definir em seu arcabouço legal o combate à concentração horizontal na propriedade de *mass media*.
  - D) A Lei da TV a Cabo, a Lei Mínima e a Lei Geral de Telecomunicações não incluíram dispositivos diretos que limitassem ou controlassem a concentração da propriedade.
  - E) Outros fatores têm contribuído para fortalecer a desconcentração da propriedade das comunicações no Brasil, como a intenção expressa do legislador quando definiu a regulamentação das rádios comunitárias.
24. O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que não se pode mais exigir o diploma de nível superior para o exercício do jornalismo. Sobre o assunto, assinale a alternativa correta.
- A) Não há necessidade de registro profissional para ser jornalista.
  - B) O registro especial de provisionado tem agora caráter permanente.
  - C) A partir de agora qualquer profissional, seja qual for sua formação acadêmica, pode exercer o jornalismo.
  - D) O Ministério do Trabalho e Emprego não concederá mais registro especial de colaborador, funcionário público titular de cargo ou provisionado, já que todos poderão ser jornalistas.
  - E) O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional do Ministério do Trabalho, conforme prevê o Artigo 4º, do Decreto Nº 83.284/79.

25. O Capítulo da Comunicação Social da Constituição de 1988 estabeleceu novas normas e diretrizes para a concessão de emissoras de rádio e televisão, anulando os critérios casuísticos utilizados até então, segundo descreve Sérgio Mattos. Isso quer dizer que, hoje:
- A) o sistema brasileiro de radiodifusão deixou de ser um serviço público.
  - B) o cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo de dez anos para emissora de TV e de quinze anos para a emissora de rádio já não depende mais de decisão judicial.
  - C) o ato de outorga ou renovação da concessão de uma emissora passou a depender apenas da aprovação do Congresso Nacional.
  - D) o prazo de dez anos para renovação da concessão de emissora de TV e de quinze anos para emissora de rádio precisa ser revisto tanto pelo Poder Executivo como pelo Congresso Nacional.
  - E) agora, a outorga ou renovação da concessão é prerrogativa do Congresso Nacional e de quem esteja no exercício da Presidência da República.
26. A convergência entre Internet e televisão faz com que, segundo Sérgio Mattos, a indústria especializada na produção de televisores aponte para o crescimento da Web TV. Com isso, é correto afirmar que:
- A) a televisão expandirá cada vez mais seu espectro de audiência abolindo de vez a programação segmentada que atenda a grupos específicos.
  - B) esse televisor contará com dispositivos de teclado e controle remoto, permitindo que o usuário grave em arquivo digital programas inteiros, associando imagens de TV e Internet, em uma mesma tela.
  - C) o avanço tecnológico só não permitirá a quem deseje comprar um produto exatamente no momento em que estiver sendo anunciado ou acessar dados referentes ao programa que estiver assistindo.
  - D) a Web TV não necessitará de processador acoplado a um televisor que possa dotá-lo de razoável inteligência.
  - E) a Web TV deve alterar as regras de concessão de canais de TV, visto que a Constituição Federal assegura esse direito a quem deseje instalar uma nova estação desde que tenha 80% da programação regional.
27. O Conselho de Comunicação Social, previsto pela Constituição Federal, Artigo 224, instituído pela Lei Nº 8.389/91, tem como atribuição realizar estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhe forem encaminhadas pelo Congresso Nacional. Com base nas suas atribuições, é verdadeiro afirmar que o CCS só não é convocado a se manifestar sobre:
- A) a distribuição das verbas publicitárias do Governo.
  - B) produção e programação das emissoras de rádio e televisão.
  - C) liberdade de manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação.
  - D) propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias nos meios de comunicação social.
  - E) promoção da cultura nacional e regional, e estímulo à produção independente e à regionalização da produção cultural, artística e jornalística.
28. A Lei Nº 8.977/95, conhecida como Lei da TV a Cabo, regula o serviço de telecomunicações que consiste na distribuição de sinais de vídeo e/ou áudio, a assinantes, mediante transporte por meio físico. Sobre o assunto, assinale a alternativa correta.
- A) O serviço de TV a Cabo é destinado apenas aos que podem pagar pela assinatura.
  - B) A política empregada é no sentido de garantir o desenvolvimento apenas na área territorial em que a rede física do cabo consegue atender.
  - C) O serviço de TV a Cabo depende, exclusivamente, do que é definido pelo setor privado junto à população de onde existe o sistema, em regime de cooperação.
  - D) O serviço de TV a Cabo deve desenvolver o potencial de integração ao Sistema Nacional de Telecomunicações, com compromisso exclusivo com a cultura nacional e a regional.
  - E) O serviço de TV a Cabo é destinado a promover a cultura universal e nacional, a diversidade de fontes de informação, o lazer e o entretenimento, a pluralidade política e o desenvolvimento social e econômico do País.

29. Walter Lippmann, autor do célebre livro “*Public Opinion*” já alertava, em 1920, que “a democracia é um sistema essencialmente falho, pois o povo só conhece o mundo de forma indireta, através de imagens que forma por intermédio da imprensa”. Isso quer dizer que:
- A) a opinião pública acaba manipulando o que a imprensa divulga.
  - B) a imprensa só é correta quando atua em países com regimes autoritários.
  - C) as imagens reveladas pela imprensa são distorcidas e marcadas pelas irremediáveis fraquezas do jornalismo, portanto, reforçam a ignorância.
  - D) a manipulação que a imprensa pode fazer dos fatos é apenas no sentido de melhorar a compreensão do que ocorreu por parte da opinião pública.
  - E) a forma mais utilizada para fugir dessa manipulação é recorrer a padrões maniqueístas de análises, já que isso evita a ignorância e as irremediáveis fraquezas no relato jornalístico.
30. A “Teoria do *Gatekeeper*” dentro do Jornalismo refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia. Ou seja, diante dos acontecimentos que chegam ao conhecimento da redação, viram notícia, apenas aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate*, em inglês), conforme decide o jornalista, segundo Felipe Pena. Então é possível afirmar ser verdadeiro:
- A) As suas decisões nunca têm relação com a rotina de produção da notícia, dentro da empresa.
  - B) O jornalista tem muito poder dentro da redação e depende, para exercer esse poder, apenas de sua vontade e dos critérios definidos pelo Manual de Redação para veicular as notícias, sem necessariamente atentar para o que determina o Código de Ética profissional.
  - C) O jornalista adota critérios subjetivos e arbitrários que estão ligados a uma relação de dependência com um conjunto de experiências, atitudes e expectativas que ele tem para decidir se veicula ou não a informação.
  - D) A avaliação individual não existe do ponto de vista da noticiabilidade e os critérios que definem se a informação será ou não divulgada passa por uma análise mais ética, para saber se está em consonância com o Manual de Redação e Estilo.
  - E) Os valores notícia são sempre criteriosamente observados, quando o jornalista decide pela veiculação, ou não, do fato.
31. A notícia, segundo Luiz Amaral, é a matéria-prima do jornalismo. É a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores. Tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar. Assim é verdadeiro afirmar:
- A) Os *mass media* podem e devem veicular tudo.
  - B) Somente os fatos que reforçam a linha editorial da empresa devem ser noticiados.
  - C) Só não é veiculado aquilo que fere os interesses comerciais da empresa, considerando que a livre iniciativa é uma garantia constitucional.
  - D) Na rotina produtiva diária das redações, há excesso de fatos que chegam ao conhecimento dos jornalistas, mas apenas uma pequena parte deles vira notícia.
  - E) Os critérios para veiculação estão sempre relacionados com os interesses dos que são os controladores acionários da empresa, sem obediência a valores-notícia.
32. Mauro Wolf chama de noticiabilidade a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia. Quanto maior o grau de noticiabilidade, maior essa capacidade. Tecnicamente, essa capacidade pode ser avaliada tendo como referência:
- A) valores-notícia em suas diversas categorias.
  - B) interesses comerciais específicos da empresa.
  - C) pressão dos grupos sociais de onde partem as informações.
  - D) acompanhamento linear à ideologia dos que detêm a propriedade da empresa jornalística.
  - E) organização dos grupos que conseguem entregar à redação as informações com maior rapidez e precisão.
33. A fonte de qualquer informação nada mais é do que a subjetiva interpretação de um fato, segundo Felipe Pena. Para tanto, podemos selecionar:
- A) Fontes oficiosas que são sempre as mais tendenciosas.
  - B) Fontes oficiais, mesmo que não estejam autorizadas a falar pela instituição.
  - C) Fontes independentes e oficiosas que sempre estão mais próximas da verdade.
  - D) Fontes independentes que são aquelas que não têm vínculo direto com o assunto.
  - E) Fontes oficiais que nos revelam informações em *off*, que sempre são as notícias mais fortes.

34. Entre os gêneros jornalísticos, conforme definição de Luiz Beltrão, está o jornalismo opinativo. É correto afirmar que esta classificação engloba:
- A) editorial, comentário, artigo, coluna, crônica e carta.
  - B) editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, carta e caricatura.
  - C) editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica e caricatura.
  - D) editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.
  - E) editorial, comentário, artigo, panfleto, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.
35. As categorias substantivas de valores-notícia referem-se à:
- A) quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano e feitos excepcionais.
  - B) importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional e interesse humano.
  - C) importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano e feitos excepcionais.
  - D) importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse humano e feitos excepcionais.
  - E) importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse nacional, interesse humano, feitos excepcionais e interesse econômico.
36. O repórter, na definição de Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari, é aquele que está presente, servindo de ponte e, portanto, diminuindo a distância entre o leitor e o acontecimento. Como principais características de uma reportagem, é correto destacar-se a predominância:
- A) da forma narrativa, humanização do relato, objetividade dos fatos narrados e obediência à norma culta.
  - B) da forma narrativa, texto de natureza impressionista, objetividade dos fatos narrados e obediência à norma culta.
  - C) da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados.
  - D) da humanização do relato, texto de natureza impressionista, objetividade dos fatos narrados e obediência à norma culta.
  - E) da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista, objetividade dos fatos narrados e obediência à norma culta.
37. “Jornalista é alguém que acredita em alguma coisa pela qual pediria até demissão”. A frase da jornalista Carol Marin, citada por Kovack e Rosenstiel, remete ao compromisso ético do profissional de jornalismo, considerando que é verdadeiro afirmar que:
- A) além da pesada carga em cima da ética, o jornalista ainda precisa se preocupar com fato de que seu trabalho pode atingir anunciantes da empresa.
  - B) as estruturas oligárquicas das empresas jornalísticas pelo menos amortecem o impacto das matérias que atingem anunciantes.
  - C) a função comercial que financia o trabalho da empresa é a principal referência para o bom desempenho do jornalista.
  - D) as estruturas oligárquicas das empresas jornalísticas ajudam na defesa do jornalista quando indiciado em questões relativas às faltas no campo ético.
  - E) as estruturas oligárquicas das empresas jornalísticas fazem mais difícil para o jornalista ser ouvido em assuntos apontados como abstratos, tais como ética e questões de consciência.

38. A velocidade de disseminação da Internet em todo o mundo deve transformá-la na superestrada da informação, oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, conforme afirma J. B. Pinho. Assim, é verdadeiro afirmar que a Internet:
- A) é um novo meio de comunicação, mas não rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação.
  - B) é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais como a televisão, rádio, cinema, jornal e revista.
  - C) combina com as demais mídias exatamente pela não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade e qualificação.
  - D) combina com as demais mídias exatamente pela não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação e custo de produção e veiculação.
  - E) combina com as demais mídias exatamente pela não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custo de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo.
39. As tecnologias de comunicação periodicamente resultam em significativas transformações na sociedade e causam grandes mudanças de hábito e de comportamento. Com a Internet oferecendo amplos recursos técnicos e um novo suporte para as mais diversas atividades, é verdadeiro afirmar:
- A) Como o maior espaço existente de circulação de informação via rede de computadores, a Internet não deixa de representar também um novo e promissor campo de renovação para as práticas e as técnicas do jornalismo.
  - B) O jornalismo digital deixou de ser o produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, tendo como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmita sinais numéricos e que comporte interação com os usuários ao longo do processo produtivo.
  - C) O jornalismo digital converge para o jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais pela forma de tratamento dos dados e pelas relações que são articuladas com o seu público.
  - D) O jornalismo digital pode explorar muito bem, em seu favor, as características da rede mundial, assim como a televisão, o rádio, o cinema, o jornal e a revista já estão fazendo.
  - E) A Internet como plataforma do jornalismo digital dispensa a clareza, a concisão, a precisão, a exatidão e a coerência.
40. A Internet, como plataforma do jornalismo em assessoria de comunicação, tem a aplicação de *press releases* via e-mail como uma ferramenta importante. Para que isso se configure numa ação eficiente e eficaz é preciso que os *press releases*:
- A) sejam enviados ao maior número possível de destinatários já que não importa em custo operacional maior para a assessoria ou assessorado.
  - B) sejam enviados até para quem não tem interesse naquela informação, pois assim pode chegar a ser surpresa na redação e interessar a um novo grupo.
  - C) para serem mais efetivos, sejam enviados para um grupo selecionado de pessoas que têm interesse naquela informação ou assunto.
  - D) sejam enviados o mais rapidamente possível, sem a preocupação de ter formato padrão, com data, nome e telefone do contato e um *lead* que destaca o que de mais importante e interessante tem a informação.
  - E) sejam enviados sempre com a preocupação de promover as qualidades de um produto ou da empresa.

41. Conforme a “Teoria da *agenda setting*”, os receptores tendem a encarar como mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa. Assim, como explica Felipe Pena, sugere-se que os meios de comunicação agendem nossas conversas diárias. Por isso, é correto afirmar que:
- A) A hipótese defende que a imprensa pretende persuadir o receptor.
  - B) As pessoas têm a tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que a mídia tende a incluir ou excluir do seu conteúdo.
  - C) A influência que a mídia exerce nas conversas dos cidadãos advém da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, sem que a cultura e critérios de noticiabilidade dos cidadãos influam nesse processo.
  - D) A teoria do agendamento, como também é chamada, leva em consideração apenas o que as pessoas conversam, sem preocupar-se nas mudanças que os meios provocam no aprendizado.
  - E) Desde seu início, nos Estados Unidos, a teoria nunca se preocupou com o papel da mídia na mudança de opiniões.
42. A teoria “espiral do silêncio” estabelece que os indivíduos tendem a observar a opinião dos demais e se expressar dentro dos parâmetros, para evitar o isolamento. Assim, é correto afirmar que:
- A) As pessoas tendem a esconder as opiniões contrárias à ideologia majoritária, o que dificulta a mudança de hábitos e ajuda a manter o *status quo*.
  - B) Os indivíduos ficam com medo da solidão, são influenciados pelo que os outros dizem, mas não se importam com o que os demais podem pensar ou comentar sobre sua opinião.
  - C) A mídia não possui relação com a difusão da opinião dominante.
  - D) Segundo a teoria, a ubiquidade, ou seja, a presença da mídia em todos os lugares, não é um elemento condicionante do espiral do silêncio.
  - E) A mídia não é decisiva para consolidar os valores das classes dominantes e formar nossa percepção da realidade.
43. Conforme Boanerges Lopes, o papel do assessor de imprensa é administrar as informações jornalísticas das fontes (em geral, empresas) para os meios de comunicação e vice-versa. Diante dessa função, é correto afirmar:
- A) Diante de uma crise na empresa assessorada, o assessor de imprensa não deve deixar que informações internas cheguem à imprensa.
  - B) O assessor deve, junto à direção da empresa, direcionar uma fonte institucional para que a imprensa use como porta-voz da empresa em crise. Afinal, o silêncio e a omissão tornam-se aliados da desinformação e do surgimento de boatos.
  - C) Como as empresas possuem a mídia como contato da sociedade, cabe ao assessor dar respostas institucionais aos meios de comunicação somente quando as questões forem de total interesse do assessorado.
  - D) Não se deve passar todas as informações sobre o problema ou situação à imprensa para que a empresa não fique muito exposta.
  - E) O assessor não deve trabalhar no assessorado a flexibilidade no atendimento à mídia. Até porque, se o interesse é do veículo de comunicação, cabe ao jornalista se enquadrar nos horários do assessorado.
44. Ainda segundo Boanerges Lopes, o *clipping* é uma das peças mais importantes no trabalho da Assessoria de Imprensa. Assim, é correto afirmar que ele:
- A) serve apenas para que o assessorado tenha certeza que sua empresa e ações estão em evidência na mídia.
  - B) Serve para que os assessores “tomem pé da situação” e avaliem em conjunto se há a necessidade de alguma resposta à imprensa, como nota de esclarecimento, carta-resposta etc.
  - C) por necessitar do melhor detalhamento possível, não precisa ser o primeiro material da assessoria a circular pelos principais setores da organização a fim de que os diretores saibam o que foi publicado.
  - D) não precisa conter sugestões nem orientações definidas para que o assessorado saiba como se posicionar diante da publicação de uma matéria ligada à empresa.
  - E) funciona apenas para que se tenha controle do que está sendo publicado na mídia sobre o assessorado.

45. Conforme Ida Pietricovsky de Oliveira, no Manual de Assessoria de Imprensa da Fenaj, a grande imprensa dá pouco espaço para os trabalhos realizados pelos movimentos sociais. Diante disso, cabe ao assessor de imprensa:
- A) dar mais visibilidade à instituição assessorada, sem que sejam divulgadas as questões de interesses desses movimentos.
  - B) não se preocupar que a grande mídia entenda o que são as ONGs, já que, diante da existência de tantas, todos já sabem a que elas se propõem.
  - C) não se limitar apenas à imprensa, mas a um amplo campo de troca de informações entre os diferentes atores sociais envolvidos na ação das entidades.
  - D) usar somente o informativo impresso e semanal para que os integrantes da ONG e alguns jornalistas das redações saibam das ações tomadas pela entidade.
  - E) se preocupar em transmitir as informações aos jornalistas, sem que se faça um trabalho para que o preconceito, pela desinformação, contra as instituições seja quebrado.
46. O elemento básico do hipertexto, que oferece um método de passar de um ponto do documento para outro ponto no mesmo documento ou em outro documento, denomina-se:
- A) *Download*.
  - B) *Hipermídia*.
  - C) *Home Page*.
  - D) *HTML*.
  - E) *Hyperlink*.
47. Como se chama a página que é ativada ao se abrir um determinado site e é usada como ferramenta para propaganda?
- A) *Printscreen*.
  - B) *Search engines*.
  - C) *Popup*.
  - D) *Stick application*.
  - E) *Page views*.
48. “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”. Esta é uma determinação contida na(o):
- A) Manual de Redação e Estilo.
  - B) Constituição Federal de 1988.
  - C) Lei Nº 5.250/67 (Lei de Imprensa).
  - D) Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).
  - E) Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.
49. O recurso por meio do qual o assessor de comunicação certifica-se que a sugestão de pauta ou release enviado foi recebido pelo profissional de imprensa refere-se a:
- A) *Follow up*.
  - B) *Mailing list*.
  - C) *Midia training*.
  - D) *Trade list*.
  - E) *Podcast*.
50. O ato ou efeito de desdobrar uma notícia já publicada pelo próprio veículo ou por outro órgão de imprensa, dando continuidade à apuração de um fato é definido como:
- A) *Streaming*.
  - B) *Spamming*.
  - C) *Suite*.
  - D) *Briefing*.
  - E) *Search engine*.

51. A CUT - Central Única dos Trabalhadores, durante reunião no seu V Encontro Nacional de Comunicação da CUT, aprovou moção de repúdio ao fim da exigência do diploma de Jornalismo para o exercício da profissão. As lideranças sindicais aprovaram um documento que considera a decisão do STF - Supremo Tribunal Federal uma “irregularidade e irresponsabilidade”, apontando que a decisão significa a troca da universidade pelos barões da mídia. “Os critérios técnicos e éticos, apreendidos por estudantes de jornalismo e capazes de formar o profissional jornalista, não mais serão levados em consideração para a seleção de quem formulará a informação no Brasil”, diz o documento da CUT. Em todo o País, já existe uma mobilização para tornar de novo obrigatória a exigência do diploma para o exercício do jornalismo. Isso deve se dar por meio de:
- A) a aprovação de uma PEC pelo Congresso Nacional.
  - B) um novo Decreto-Lei assinado pelo Presidente da República.
  - C) a promulgação de uma lei pela Assembléia Nacional Constituinte.
  - D) legislação aprovada, simultaneamente, por todas as Assembléias Legislativas Estaduais.
  - E) aprovação de deliberação em Congresso Nacional dos Jornalistas com, no mínimo, 80% dos sindicatos filiados à FENAJ.
52. Toda empresa ou instituição pública passa por momentos difíceis. A tradição, em todos os casos, segundo Lorezon e Mawakdiye, é da empresa ou instituição fechar-se em copa, por falta de capacidade de reação. Nesses casos, a opção primeira e mais recomendada é:
- A) Manter a tradição e esperar o assunto cair no esquecimento das redações.
  - B) Fazer o acompanhamento de mídia para saber o que está sendo noticiado por meio de clipping impresso e eletrônico.
  - C) Fazer o acompanhamento de mídia para saber o que está sendo noticiado por meio de clipping impresso, eletrônico e, sobretudo, da Internet que é hoje o meio mais rápido de difusão das notícias que podem denegrir a imagem da empresa ou instituição.
  - D) Montar um comitê executivo de crise que vai unificar a linguagem da empresa ou instituição diante do ocorrido e de reunir as informações para que as necessidades dos jornalistas e da opinião pública sejam atendidas.
  - E) Escolher um porta-voz que seja capaz de fazer um discurso que defenda os interesse da empresa ou instituição, sem entrar muito em detalhes sobre o ocorrido, mas sem agredir os jornalistas que querem informações oficiais.
53. Empresas e instituições podem lançar mão de um recurso que é a publicação interna, em geral em formato de jornal ou revista, e que existe principalmente para informar os funcionários sobre as atividades da corporação. Essa publicação denomina-se:
- A) Mural.
  - B) Intranet.
  - C) *Target*.
  - D) *Script*.
  - E) *House organ*.
54. O conjunto de dados que dão partida a uma reportagem, que não deve ser genérica ou evasiva, identificando personagens, localizando geograficamente os fatos, descrevendo as suas circunstâncias e contexto histórico para dar-lhes perspectivas e noção de amplitude e dos seus significados é definido como:
- A) Perfil.
  - B) Pauta.
  - C) Produção.
  - D) Apuração.
  - E) Pré-produção.
55. Faro para a notícia, fascínio pelos detalhes que podem apontar para uma boa história, capacidade de estabelecer conexões imprevisíveis e reveladoras são características indispensáveis em que função exercida pelo jornalista:
- A) Repórter de geral.
  - B) Repórter setorista.
  - C) Produtor.
  - D) Âncora.
  - E) Editor.

56. “A exposição que combina interesse do assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente” é a definição de Nilson Lage para:
- A) Notícia.
  - B) Diagramação.
  - C) Reportagem.
  - D) Pós-produção.
  - E) Edição.
57. Nas equipes que atuam nos sites jornalísticos de maior porte, segundo J. B. Pinho, estão dois profissionais que participam e colaboram na execução de um amplo conjunto de tarefas ao longo de todo o processo de pesquisa, produção, design e de desenvolvimento da tecnologia a ser adotada. Esses profissionais são:
- A) o redator e o editor.
  - B) o repórter e o redator.
  - C) o produtor e o redator.
  - D) o produtor e o repórter.
  - E) o diagramador e o repórter.
58. Entre os gêneros de reportagem, existe um que aplica técnicas literárias na construção de situações e episódios para revelar uma práxis humana não teorizada. A esse gênero denomina-se:
- A) Reportagem investigativa.
  - B) Reportagem interpretativa.
  - C) Novo jornalismo.
  - D) Reportagem de perfil.
  - E) Reportagem documental.
59. Em seu livro “A melhor TV do mundo”, Laurindo Leal Filho apresenta o modelo britânico como um jeito, se não perfeito, ao menos ideal de se fazer TV, como uma referência para a o papel que a televisão pública deve exercer. No caso britânico, a TV custeada pela sociedade inglesa é a:
- A) NBC
  - B) BBC
  - C) ABC
  - D) CBS
  - E) ITV
60. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional, nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação e entre jornalistas. Entendendo que o exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, a sua conduta deve:
- A) impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de ideias para facilitar a compreensão do receptor.
  - B) aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe para garantir ampliação do mercado de trabalho.
  - C) contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho.
  - D) opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.
  - E) realizar, preferencialmente, cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, pois assim, tendo melhor conhecimento sobre o assunto, pode fazer uma melhor cobertura jornalística.