
107 – ANALISTA ADMINISTRATIVO - JORNALISMO

Data e horário da prova: Domingo, 20/01/2013, às 14h.

INSTRUÇÕES GERAIS

- Você receberá do fiscal:
- um **caderno de questões** da prova objetiva contendo 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha, com 5 (cinco) alternativas de resposta cada uma e apenas uma alternativa correta;
- um **cartão de respostas** ótico personalizado.
- Verifique se a numeração das questões e a paginação do **caderno de questões** da prova objetiva estão corretas. Quando autorizado pelo **fiscal do IADES**, no momento da identificação, escreva no espaço apropriado do **cartão de respostas**, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

A persistência é o caminho do êxito.

- Você dispõe de 4 (quatro) horas para realizar a prova objetiva, devendo controlar o tempo, pois não haverá prorrogação desse prazo. Esse tempo inclui a marcação do **cartão de respostas**.
- Somente será permitido levar o **caderno de questões**, da prova objetiva, após 3 (três) horas e 30 (trinta) minutos do início da prova.
- Somente após decorrida 1 (uma) hora do início da prova, você poderá entregar seu **cartão de respostas** ótico e retirar-se da sala.
- Após o término da prova, entregue ao fiscal o **cartão de respostas**, devidamente assinado.
- Deixe sobre a carteira apenas o documento de identidade e a **caneta esferográfica de tinta preta ou azul, fabricada de material transparente**.
- Não é permitida a utilização de qualquer aparelho eletrônico de comunicação. Desligue e acondicione na embalagem fornecida pelo **fiscal do IADES**, máquina fotográfica; telefone celular; relógio; gravador; *bip*; receptor; *pager*; *notebook*; *tablet* eletrônico; *walkman*; aparelho portátil de armazenamento e de reprodução de músicas, vídeos e outros arquivos digitais; agenda eletrônica; palmtop; régua de cálculo; máquina de calcular e (ou) qualquer outro equipamento similar.
- Não é permitida a consulta a livros, dicionários, apontamentos e apostilas.
- Você somente poderá sair e retornar à sala de aplicação de provas se sua saída for acompanhada por **fiscal do IADES**.
- Não será permitida a utilização de lápis em nenhuma etapa da prova.

INSTRUÇÕES PARA A PROVA OBJETIVA

- Verifique se os seus dados estão corretos no **cartão de respostas**. Caso haja algum dado incorreto, escreva apenas no(s) campo(s) a ser(em) corrigido(s), conforme instruções no **cartão de respostas**.
- Leia atentamente cada questão e assinale no **cartão de respostas** a alternativa que mais adequadamente a responde.
- O **cartão de respostas** não pode ser dobrado, amassado, rasurado, manchado ou conter qualquer registro, fora dos locais destinados às respostas.
- A maneira correta de assinalar a alternativa no **cartão de respostas** é cobrindo, fortemente, com **caneta esferográfica preta** ou **azul**, o espaço a ela correspondente, conforme modelo a seguir:
- Marque as respostas **assim**: 

Boa Prova!

QUESTÕES ESPECÍFICAS - QUESTÕES 26 A 50

QUESTÃO 26

Uma maneira de entender a estrutura e a função da comunicação, na sociedade consiste em responder às perguntas: Quem? Diz o quê? Em que canal? Para quem? E com que efeito? Com base nesta afirmação, é correto afirmar que os estudos que focalizam, na análise de audiência, buscam entender

- (A) os meios – canais – de transmissão da mensagem.
- (B) as pessoas atingidas pelos meios de comunicação.
- (C) a fonte da informação.
- (D) o impacto da informação, perante o público-alvo.
- (E) o conteúdo da mensagem.

QUESTÃO 27

A indústria cultural é considerada importante corrente teórica porque caracteriza o espírito dominante de uma sociedade, uma relação de controle. Situação muito bem relatada por Theodor Adorno. A partir desta afirmação, é correto afirmar que a cultura de massa possui sua própria lógica, uma vez que

- (A) quanto maior o número de pessoas, vendo e ouvindo a mesma mensagem no mesmo local, maior o seu efeito.
- (B) as pessoas que participam da cultura de massa devem buscar ser atingidas pela mensagem, sempre da mesma forma pelos mesmos meios de comunicação.
- (C) não existe comunicação de massa quando a mensagem atinge um público variado e quantitativo que se encontra em diferentes locais e situações.
- (D) a comunicação de massa perdeu sua função com o ingresso das mídias sociais.
- (E) elementos coerentes da mensagem divulgada pelos meios de massa ganham uma nova qualidade – roupagem -, que permite agradecer o maior número de pessoas possível, determinando o consumo.

QUESTÃO 28

Com base no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, estes devem conquistar credibilidade da informação lançando mão da estratégia de

- (A) fazer uso do jornalismo responsável e com credibilidade.
- (B) utilizar de má-fé no relato das informações.
- (C) evitar a divulgação de informações de interesse público e de assédio moral.
- (D) divulgar informações de interesse público, sem a apuração devida.
- (E) realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha.

QUESTÃO 29

A Constituição da República Federativa do Brasil, em “Dos Direitos e Garantias Fundamentais”, Capítulo I: Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, afirma, no artigo 5º, que “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato”. Na prática, isso significa que

- (A) o jornalista deve sempre mostrar o seu documento de identidade, em coberturas noticiosas.
- (B) o jornalista deve utilizar mais de uma identificação para garantir espaços, nos meios de comunicação.
- (C) o jornalista deve assinar todas as matérias que são publicadas na imprensa, mesmo reportagens assinadas como “da redação”.
- (D) o jornalista não poderá utilizar codinomes para evitar ser identificado.
- (E) toda reportagem deverá trazer o nome completo do jornalista, conforme o registro de nascimento.

QUESTÃO 30

Em relação ao texto, qual o principal papel da foto em uma matéria jornalística?

- (A) Mostrar onde aconteceu o fato e ilustrar a matéria com detalhes.
- (B) Deixar a página mais bonita.
- (C) Atrair a atenção do leitor.
- (D) Evitar o calhau das páginas de jornal.
- (E) Complementar a informação de forma harmoniosa.

QUESTÃO 31

A linguagem, no texto noticioso, exerce papel fundamental para manter a atenção do leitor do começo ao fim da reportagem. Qual a principal técnica da qual o jornalista não pode prescindir, durante a redação de uma notícia?

- (A) Desenvolver um texto com base na linguagem do seu público-alvo
- (B) Produzir um texto fundamentado na escrita correta, isto é, usando a norma culta da língua.
- (C) Escrever por meio de metáforas.
- (D) Desenvolver conceitos que permitam ao leitor entender o que o jornalista pretende dizer.
- (E) Entre duas opções, escolher sempre a palavra mais difícil.

QUESTÃO 32

Os processos de impressão receberam vários avanços tecnológicos. Assinale a alternativa que melhor define o processo da flexografia.

- (A) É um processo de impressão que utiliza papel em bobina, chapa em relevo, ajustada aos cilindros.
- (B) É um processo que faz uso da fotocópia.
- (C) É processado em chapas flexíveis e a tinta é retirada de uma raspadeira.
- (D) É versátil, também conhecido como *silkscreen*.
- (E) A impressão é feita em chapa metálica, flexível e fina.

QUESTÃO 33

Qual o papel do infográfico em uma reportagem, no jornalismo impresso?

- (A) Meramente ilustrar a reportagem.
- (B) Destacar uma informação que não conste na reportagem.
- (C) Repetir as mesmas informações que constar na reportagem, sem agregar novidade.
- (D) Detalhar e agregar mais informação, de maneira atraente, à reportagem.
- (E) Mostrar, de forma superficial, um detalhe que merece destaque.

QUESTÃO 34

A escolha do tipo da letra é baseada no conceito da mensagem e na observação de regras. Hoje, é possível escolher o tipo de letra, dentre uma variedade disponível no mercado. Entretanto, alguns tipos antigos permanecem como, por exemplo, aqueles com serifa. Neste contexto, assinale a alternativa que apresenta corretamente as características dos tipos de letras **sem** serifa.

- (A) Possuem traço manuscrito, dando a impressão de letras escritas à mão.
- (B) São tipos perfeitos para anúncio de bancos e seguradoras, pois são os que mais representam elegância e credibilidade.
- (C) Não possuem as chamadas “perninhas” e quase não há transição de traços grossos e finos.
- (D) Possuem traços de serifas muito finos, dando certa elegância à letra.
- (E) Combinam com anúncios femininos, pois são frias e pesadas.

QUESTÃO 35

As cores primárias são a fonte do processo de impressão gráfica. Mas nem sempre é possível chegar à cor desejada. A tabela de cores permite a escolha no momento da finalização da arte. É importante lembrar também que nem sempre a cor que aparece na tela do computador é 100% fiel. Assim, quando o assunto é processo de produção gráfica, um dos cuidados importantes é

- (A) a qualidade da foto deve ser avaliada com base no brilho das cores.
- (B) sempre deixar a sangria no material a ser impresso.
- (C) a escolha do papel não interfere na qualidade da impressão.
- (D) depois de aprovada a arte final, não há como haver revisão gráfica.
- (E) o formato do papel define sempre o tipo da mensagem que será produzida.

QUESTÃO 36

A notícia deve ter atualidade, gerar interesse público, ser inédita, verdadeira. Na redação da informação a objetividade, precisão e a clareza são imprescindíveis na construção do texto. Sobre precisão, assinale a alternativa que apresenta os cuidados que devem ser tomados pelo jornalista.

- (A) Checar nomes, dados, números e, principalmente, as diversas versões do fato fazem parte da rotina do jornalismo.
- (B) As informações devem ser escritas, mas caso o jornalista não as tenha, caberá ao leitor buscar a verdade.
- (C) A principal preocupação do jornalista é com a informação da fonte oficial.
- (D) Nenhuma informação precisar ser checada, se o jornalista já possui todos os elementos, como testemunha ocular.
- (E) Os dados e fatos podem ser todos checados pela internet, por meio do Google, sem a necessidade de contraditório.

QUESTÃO 37

O jornalismo objetivo ganhou força, a partir de dois fatores que marcaram a produção da notícia: o *lead* e a pirâmide invertida. Essas duas técnicas jornalísticas consolidaram o jornalismo objetivo. Sobre o assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) Primeiro é preciso contar a história, contextualizar o leitor para, depois, entrar de fato na notícia.
- (B) Essas duas técnicas foram fortemente influenciadas pelo jornalismo sensacionalista.
- (C) Ausência de adjetivos, redação impessoal, atribuição dos dados à fonte são algumas características dessas técnicas.
- (D) A opinião do jornalista deve ser incluída na contextualização da reportagem.
- (E) Os comentários e avaliações podem ser transformados em informações noticiosas, ao longo da matéria, sem a necessidade de aspas.

QUESTÃO 38

Os meios de comunicação possuem linguagem própria. Cada um com suas técnicas de redação e formas de construção das mensagens. Assinale a alternativa que melhor caracteriza a linguagem no meio televisão.

- (A) Uso de adjetivos, plural e muitos dados, representados por meio de arte e infografia.
- (B) As imagens não precisam compor o contexto da linguagem.
- (C) Abusar das aspas, narrada, pelo repórter, deve ser uma prática frequente, pois permite maior agilidade à apuração.
- (D) Linguagem curta, objetiva e associada às imagens que complementem o texto.
- (E) Uma imagem vale mais que mil palavras, por isso as imagens devem ser escolhidas tendo como critério a estética.

QUESTÃO 39

Briefing, *follow up* e *deadline* são alguns dos termos típicos da assessoria de imprensa. O *deadline* reflete a função, do assessor de imprensa, de acompanhar e conhecer os prazos de fechamento dos jornais, revistas e programas de televisão e rádio. O *briefing* é um levantamento de informações, coletado pelo próprio assessor, para subsidiar a elaboração do release. Sobre o *follow up*, assinale a alternativa correta.

- (A) Deve-se conversar com o jornalista da redação e vender a pauta, depois encaminhar o aviso de pauta e, só deixar para entrar em contato, na véspera do evento.
- (B) A melhor forma de realizar um bom *follow up* é, uma vez encaminhado o *release*, é ligar para o jornalista da redação do veículo, perguntar se ele recebeu o *e-mail* com as informações que quer divulgar.
- (C) Deve-se disparar o *release*, e somente depois, ligar para todas as redações e perguntar, apenas, se receberam o aviso de pauta.
- (D) Depois de encaminhar o *release*, não há necessidade de ligar para a redação, nem de acompanhar o resultado, pois, se a notícia for boa, ela será publicada.
- (E) Deve-se ligar, pela manhã e à tarde, para ter a certeza de que a notícia, que quer divulgar, receberá cobertura.

QUESTÃO 40

Tem periodicidade, as notícias são mais extensas, há uma preocupação gráfica, há a possibilidade de se trabalhar os diversos gêneros jornalísticos, deve levar em conta todos os critérios de construção da informação. Essas características são referentes à qual veículo empresarial?

- (A) Boletim.
- (B) *Intranet*.
- (C) *Newsletter*.
- (D) Mural.
- (E) Jornal.

QUESTÃO 41

Um dos desafios dos veículos empresariais é gerar interesse do seu público-alvo. As informações e notícias são transmitidas, na maioria das vezes, com a visão exclusiva da diretoria. Esse tipo de comunicação, de cima para baixo, é uma prática recorrente nas comunicações empresariais. Desta forma, quais as práticas que devem ser adotadas na produção de publicações empresariais que gerem interesse e credibilidade do seu público?

- (A) Incluir as aspas da diretoria em todas as matérias.
- (B) Utilizar apenas, funcionários do primeiro escalão, como personagens das reportagens.
- (C) Linguagem atraente, criação de uma identidade visual e adotar a comunicação horizontal.
- (D) Deixar as fotos, com a presença da diretoria, sempre em primeiro plano.
- (E) Trabalhar com uma linguagem mais administrativa, pois garante fidedignidade ao conteúdo que precisa ser divulgado.

QUESTÃO 42

A *intranet* vem ocupando um espaço de destaque na comunicação interna das organizações. Em muitos casos, elas funcionam como verdadeiros portais de informação com notícias da empresa. Em situações como esta, é preciso ter cuidado com o excesso de informação. Além do bom senso, assinale a alternativa que apresenta a melhor forma de avaliar a eficiência dos meios.

- (A) Uma pesquisa que permita avaliar os veículos de comunicação interna, dando sempre destaque aos murais e *house organs*.
- (B) Realizar uma pesquisa que forneça um diagnóstico fiel, à realidade e ao papel de cada veículo empresarial, dando destaque às necessidades da diretoria e suas prioridades.
- (C) Retirar os veículos de comunicação empresarial, de circulação, e buscar um lançamento pontual de cada um deles, para então entender a sua eficiência.
- (D) Divulgar as informações, no maior número de canais possível, pois assim, o público interno será atingido.
- (E) Realizar diagnósticos periódicos e avaliar os veículos constantemente, para, assim, adequar a sua linguagem e a mensagem eficaz, com foco no público-alvo.

QUESTÃO 43

O *release* precisa ser objetivo. Mesmo sendo uma ferramenta da comunicação empresarial, precisa obedecer todas as técnicas de redação jornalísticas. Todas as fontes de informação precisam ser identificadas e é recomendável que o texto não seja muito longo. O *video-release* é uma das variações de tipo do *release*. Qual a melhor forma de defini-lo?

- (A) É semelhante a um *release*, e é gravado pelo assessor.
- (B) Contém texto, comentários e entrevistas. Para não interferir, na identidade visual da emissora, o repórter e o microfone não aparecem na imagem
- (C) Contém texto, comentários e entrevistas. Para não interferir, na identidade visual da emissora, o repórter e o microfone aparecem na imagem
- (D) É igual ao áudio-release com a canopla do microfone identificada com o nome da empresa.
- (E) Deve estar sempre associado a outras peças de promoção empresarial.

QUESTÃO 44

A técnica de edição é fundamental para garantir uma produção de qualidade, antes de ser exibida. Esse princípio vale tanto para a televisão quanto para o cinema. Uma das técnicas de edição mais utilizadas é o *fade in e fade out*, que representa o clareamento e o escurecimento da tela. Em que situação, essa técnica deve ser utilizada?

- (A) Para encerrar o programa de televisão.
- (B) Para eliminar ruídos e barulhos captados, durante a gravação.
- (C) Para conduzir o programa de televisão, de acordo com a ordem cronológica dos acontecimentos, de forma linear.
- (D) Para mostrar ao telespectador que houve uma mudança de tempo, cena ou mesmo transportá-lo para outro cenário.
- (E) Minimizar imagens distorcidas ou fortes que podem gerar grande impacto.

QUESTÃO 45

O processo de gravação de imagens possui várias técnicas que ajudam a construir a narrativa. A panorâmica é um movimento lento de câmera, que permite retratar o cenário, com uma visão geral. O *zoom* é um movimento que permite aproximar e afastar a imagem das pessoas. Qual a melhor forma de definir o *travelling*?

- (A) Câmera parada, gravando imagens de dentro de um avião ou helicóptero.
- (B) Câmera parada, sendo carregada pelo *camera man*, também estático, e apenas a cena em movimento.
- (C) Câmera em movimento, acompanhando uma cena, pessoas ou mesmo um objeto.
- (D) Movimento de substituição de imagens.
- (E) Panorâmica em sentido vertical.

QUESTÃO 46

As revistas Realidade e Manchete são precursoras do jornalismo fotográfico. A influência da televisão valorizou a imagem, também, nos veículos de comunicação impresso. Qual a melhor forma de garantir uma boa cobertura fotográfica?

- (A) Organizar todo o cenário para que a imagem fique, esteticamente, bem construída.
- (B) Eliminar todos os ruídos de objetos que possam comprometer a imagem.
- (C) Retratar a cena exatamente como ela se apresenta, mesmo que sejam imagens fortes.
- (D) Evitar, o cenário realista, com a presença de pessoas e objetos indesejados.
- (E) Organizar o principal personagem, verificar se a sua roupa está alinhada e se o cabelo não está fora de ordem.

QUESTÃO 47

A *internet* é um meio de comunicação recente que, ao longo dos últimos anos, vem desenvolvendo linguagem própria. Hoje, praticamente, todas as redações brasileiras já se adaptaram a esta nova forma de relacionamento com o leitor, mas muito ainda precisa avançar. Um exemplo são as características do texto, que, como já se sabe, adotou muitos aspectos da linguagem do rádio e da televisão. Com base nesta afirmação, assinale a alternativa que apresenta as características da linguagem *web*.

- (A) Informações completas, com textos densos, que permitam ao leitor uma leitura aprofundada dos fatos.
- (B) Eliminar todos os ruídos de objetos que possam comprometer a imagem.
- (C) Retratar a cena tal qual ela se apresenta, mesmo que sejam imagens fortes.
- (D) Objetividade, simplicidade e credibilidade, incluindo a tarefa de sempre checar a informação.
- (E) Organizar o principal personagem, verificar se a sua roupa está alinhada e se o cabelo não está fora de ordem.

QUESTÃO 48

O imediatismo é um aspecto de destaque na *internet*. No ambiente *web*, não há necessidade de papel e os custos de instalação de uma redação *web* são mais baixos, se comparados aos de uma rede de televisão ou mesmo de um jornal. Corrigir a informação na *web* é mais ágil e dinâmico, mas o meio ainda não conquistou a credibilidade almejada porque

- (A) os *hiperlinks* não são uma preocupação do *webjornalismo*, este que busca informações desatualizadas, na *internet*, e desconhece sua verdadeira função como principal fonte de informação.
- (B) as redações de jornalismo *web* são repletas de estagiários que ainda, não conseguiram cursar todas as disciplinas do curso de jornalismo, que fundamentam as regras jornalísticas como princípio.
- (C) os meios de comunicação, como rádio e televisão, pagam salários melhores, por isso possuem jornalistas mais preparados, dando maior credibilidade aos veículos.
- (D) o jornalismo da *web* permite correções com agilidade, o que permite que a informação seja apurada, mesmo depois da notícia publicada.
- (E) o *webjornalista* precisa checar mais a informação e não se deixar levar pelo desejo do furo jornalístico.

QUESTÃO 49

O *webdesigner* deve ter em mente que a página, além de ser visualmente agradável, para o leitor, também precisa garantir a usabilidade e a navegabilidade, pois o ideal é que ela seja autoexplicativa. Caso contrário, o leitor poderá se perder em sua navegação. Sobre esse tema, assinale a alternativa que apresenta a principal orientação.

- (A) A *homepage* é a porta de entrada. Desta forma, quanto mais elementos o leitor puder captar, mas desenvoltura terá na navegação. Esse filtro deve acontecer de forma mecânica, como acontece na primeira página de um jornal.
- (B) O leitor busca sempre páginas internas. A *home* não possui grande importância, por isso a navegabilidade deve ser testada a cada nova notícia postada.
- (C) Uma *homepage*, com navegabilidade e usabilidade, é aquela que permite ao leitor sair da página, sem ter que voltar a todo o momento.
- (D) Em *sites* de notícia, a *homepage* funciona como primeira página do jornal. Por isso, o público-alvo não é preponderante.
- (E) A impressão da página não é um quesito importante, no aspecto usabilidade.

QUESTÃO 50

Na *internet*, quem escolhe a ordem da leitura é o leitor. A leitura pode ser classificada como caótica, pois ela acontece sem um roteiro pré-definido. Quando o assunto é *webjornalismo*, o editor até pode tentar conduzir o leitor a uma lógica que permita o entendimento da informação, com base em uma construção pré-concebida, mas nem sempre essa mecânica funciona. Desta forma, qual o principal papel do hipertexto?

- (A) Fixar o leitor numa mesma informação, além de mantê-lo na página principal.
- (B) O hipertexto permite a interatividade, além do que, é o leitor que define a ordem que quer acessar a notícia, disponível no portal de notícia.
- (C) O hipertexto não funciona para os *sites* de notícias, pois a lógica de disposição destas é a mesma dos grandes veículos de comunicação.
- (D) O hipertexto está ultrapassado e não é mais uma ferramenta em uso.
- (E) Para utilizar o hipertexto, o jornalista precisa fazer um curso de informática e dominar a linguagem *html*.