



Escola de Administração Fazendária



AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS

Concurso Público 2009

**Prova Objetiva 2 e
Prova Discursiva**

Cargo: Analista Administrativo

Área: Comunicação Social - JORNALISMO

Nome: _____ N. de Inscrição _____

Instruções

1. Escreva seu nome e número de inscrição, de forma legível, nos locais indicados.
2. O CARTÃO DE RESPOSTAS tem, obrigatoriamente, de ser assinado. Esse CARTÃO DE RESPOSTAS não poderá ser substituído, portanto, não o rasure nem o amasse.
3. Transcreva a frase abaixo para o local indicado no seu CARTÃO DE RESPOSTAS em letra *cursiva*, para posterior exame grafológico:
“As ideias e estratégias são importantes, mas o verdadeiro desafio é a sua execução.”
(Percy Barnevick)
4. DURAÇÃO DAS PROVAS: **4 horas**, incluído o tempo para a elaboração da Prova Discursiva e para o preenchimento do CARTÃO DE RESPOSTAS.
5. Na prova objetiva há **40 questões** de múltipla escolha, com cinco opções: a, b, c, d e e.
6. No CARTÃO DE RESPOSTAS, as questões estão representadas pelos seus respectivos números. Preencha, **FORTEMENTE**, com caneta esferográfica (tinta azul ou preta), toda a área correspondente à opção de sua escolha, sem ultrapassar as bordas.
7. Será anulada a questão cuja resposta contiver emenda ou rasura, ou para a qual for assinalada mais de uma opção. Evite deixar questão sem resposta.
8. Ao receber a ordem do Fiscal de Sala, confira este CADERNO com muita atenção, pois nenhuma reclamação sobre o total de questões e/ou falhas na impressão será aceita depois de iniciadas as provas.
9. Durante as provas, não será admitida qualquer espécie de consulta ou comunicação entre os candidatos, tampouco será permitido o uso de qualquer tipo de equipamento (calculadora, tel. celular etc.).
10. Por motivo de segurança, somente durante os trinta minutos que antecedem o término das provas, poderão ser copiados os seus assinalamentos feitos no CARTÃO DE RESPOSTAS, conforme subitem 6.5 do edital regulador do concurso.
11. A saída da sala só poderá ocorrer depois de decorrida uma hora do início das provas. A não-observância dessa exigência acarretará a sua exclusão do concurso.
12. Ao sair da sala entregue este CADERNO DE PROVAS, juntamente com o CARTÃO DE RESPOSTAS, ao Fiscal de Sala.

Quanto à Prova Discursiva:

1. Identifique-se apenas na capa da prova (**página 11**); sua Prova Discursiva **não** poderá ser assinada ou rubricada nem conter marcas ou sinais identificadores.
2. Use as folhas pautadas deste caderno para desenvolver sua Prova Discursiva.
3. As folhas em branco, no final do caderno, poderão ser usadas para rascunho.
4. Não escreva no espaço à direita “Reservado ao Examinador”.

Boa prova!

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1 - A respeito de **folkcomunicação**, avalie os itens abaixo e indique a opção correta.

- () O pesquisador brasileiro Luiz Beltrão desenvolveu o conceito de folkcomunicação, que hoje integra o universo das Ciências da Comunicação.
- () A folkcomunicação estuda o folclore como um dos grandes canais de comunicação coletiva.
- () O conceito original de folkcomunicação está ligado à luta de classes e trata da contestação à cultura dominante. Os estudos iniciais de folkcomunicação já mostravam que grupos sociais, como os artesãos, mesmo involuntariamente, são capazes de criar peças de arte com características críticas ao poder estabelecido.

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

2 - Avalie os itens abaixo e indique a opção correta.

- () As tecnologias contemporâneas fizeram despertar renovado interesse por Marshall McLuhan, um teórico canadense que se dedicou ao estudo do canal e do código.
- () Em sua teoria, um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em alta definição, permitindo menor participação que um meio frio.
- () O rádio e o cinema são exemplos de meios quentes.
- () McLuhan é autor do conceito de que "o meio é a mensagem". Na perspectiva do autor, toda tecnologia cria imediatamente um ambiente humano totalmente novo. Os ambientes são envoltórios passivos imersos em processos ativos.

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

3 - A comunicação de massa tem como pressuposto a disseminação de informação para o máximo possível de pessoas, que atuam no processo como espectadores heterogêneos. Considerando esta afirmativa como base, avalie as questões abaixo e assinale a opção correspondente.

- () Instrumentos originários da comunicação de massa como jornais, revistas e vídeos são os ideais para a comunicação dentro de uma organização, por permitirem atingir um grande número de pessoas.
- () Apesar de fornecer informações de caráter geralmente superficial e fugidio, a imprensa é a principal protagonista do mercado de informação em uma sociedade já que o público dos meios de comunicação de massa é necessariamente passivo.
- () O controle e a previsibilidade possibilitados pela posse do sistema de disseminação de informação tornam a imprensa segmentada um atrativo para quem está ou deseja o poder.

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

4 - Analise as afirmativas abaixo e marque a opção correta.

- () O grau de previsibilidade de uma mensagem pode ser caracterizado como Redundância.
- () Uma figura de retórica que acontece quando se estende um significado a outro significante, comparando-os implicitamente entre si define uma Metonímia.
- () Quando se substitui um signo por outro com o fim de provocar transferências associativas de uma realidade a outra se estabelece uma Metáfora. Utiliza-se, assim, o signo pela coisa significada, designando-se uma coisa com o nome de outra.
- () Opor dois signos ou grupos de signos entre si, de modo a realçar ou fortalecer um deles, caracteriza uma Antítese.

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

5 - Johann Gutenberg desenvolveu na Europa o primeiro método que permitiu que textos escritos pudessem ser impressos com rapidez, precisão e em larga escala. Para isso, utilizou tipos móveis e prensa, combinando todos os elementos da impressão em um eficiente sistema de produção. Avalie abaixo o item correto.

- a) Gutenberg era austríaco e, quando desenvolveu a imprensa no século XIV, os tipos móveis já haviam sido inventados na China.
- b) Gutenberg era alemão e, quando desenvolveu a imprensa no século XV, os tipos móveis já haviam sido inventados no Japão.
- c) Gutenberg era italiano e, quando desenvolveu na imprensa no século XIV, os tipos móveis já haviam sido inventados no Japão.
- d) Gutenberg era alemão e, quando desenvolveu a imprensa no século XV, os tipos móveis já haviam sido inventados na China.
- e) Gutenberg era alemão e, quando desenvolveu a imprensa no século XV, os tipos móveis e os jornais já eram uma realidade na China.

6 - A expressão comunicação pública é utilizada com múltiplos significados, dependendo do país, do autor e do contexto. A partir da visão que assume comunicação pública em uma relação direta com cidadania, o *Habeas Data*, instrumento criado pela Constituição Federal de 1988, é um instrumento importante. O *Habeas Data* pode ser utilizado para

- a) questionar a publicação de informações em veículos de comunicação de massa a respeito do impetrante, de modo a garantir o prazo legal de veiculação do direito de resposta.
- b) acessar qualquer informação de posse do governo e sobre a qual não haja restrições de natureza legal.
- c) garantir o direito de manifestação de pensamento e de ter acesso a depoimentos sobre situações nas quais esteja diretamente envolvido.
- d) assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constante em registros públicos ou banco de dados de entidades governamentais ou de caráter público.
- e) garantir o direito ao sigilo da fonte, nos casos previstos em lei.

7 - Avalie os itens abaixo e assinale a opção correspondente.

- () Coincidindo com a Segunda Grande Guerra, foi criado no Brasil o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. O DIP foi extinto apenas após a saída de Getúlio Vargas do poder.
- () O Sistema de Comunicação do Executivo Federal foi criado oficialmente após a redemocratização, ainda na década de 1980.
- () Alexandre Garcia, Cláudio Humberto e Ricardo Kotscho são exemplos de profissionais que atuaram na área de comunicação da Presidência da República.

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

8 - A respeito do serviço de contratação de serviços de publicidade no governo, avalie os itens abaixo e assinale a opção correta.

- () A legislação de publicidade não permite concessão de comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por um governo.
- () O desconto legal devido pelos veículos de comunicação às agências de propaganda é de 17%.
- () Um veículo de comunicação pode entrar em contato diretamente com a área de planejamento de mídia de um governo que possua agência de publicidade, buscando oferecer melhor preço de veiculação.

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

9 - Segundo a Constituição Brasileira, de 1988, avalie os itens abaixo e assinale a opção correta.

- () É livre a manifestação de pensamento e protegido o anonimato.
- () É assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem.
- () É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.
- () É resguardado a todos o sigilo da fonte e assegurado o acesso à informação.

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

- 10- O estudo da evolução do conceito de opinião pública permite identificar várias etapas. Uma delas não é:
- vínculo ao livre fluxo de informações, pressuposto da imprensa livre.
 - equiparação do público com a massa.
 - produto de um processo de comunicação intrínseco às massas, que não está preso nem ao uso da razão nem ligado à dominação política.
 - a opinião que subjetivamente se supõe como dominante.
 - opinião predominante daqueles que são atingidos com certo nível de impacto pelos meios de comunicação de massa.
- 11- Sobre opinião pública, avalie os itens abaixo e assinale a opção correta.
- A opinião pública é forjada como um produto da atividade social. É um fenômeno coletivo que se apóia em uma realidade individual.
 - São fatores que atuam na formação da opinião pública: a família, a educação, os grupos sociais e os meios de comunicação de massa.
 - A opinião pública implica na existência de outras opiniões distintas dela.
 - Em teoria da opinião pública, atitude e opinião são diferentes. Atitude se vincula a hábitos e comportamento manifesto. Opinião tem caráter verbal e simbólico.
- F, V, F, F
 - V, F, V, F
 - F, V, F, V
 - V, V, V, V
 - V, V, F, V
- 12- A pesquisa de opinião é uma técnica de mediação da opinião pública que permite investigar o problema de pesquisa no ambiente real. Sobre pesquisa de opinião, avalie os itens abaixo e identifique a opção errada.
- Entrevista pessoal, entrevista por telefone e questionário enviado por correio são técnicas de coleta de dados para pesquisas de opinião.
 - A entrevista em profundidade pode ser definida como um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer.
 - Aberta ou semiaberta são características que a entrevista qualitativa pode ter.
 - Como método quantitativo, a pesquisa de opinião também é chamada *survey*.
 - Entende-se como amostra da pesquisa o conjunto de pessoas que possuem características comuns e detém algum grau de informação sobre o tema a ser explorado.
- 13- A auditoria de comunicação nas organizações pode ser trabalhada sob várias perspectivas, a partir do paradigma em que a organização é estudada. Em qual dos paradigmas abaixo a organização é considerada como uma cultura?
- Funcionalista tradicional.
 - Interpretativo.**
 - Funcionalista contemporâneo.
 - Metafórico.
 - Instrumental-analítico.
- 14- Em relação à Comunicação Organizacional, analise as questões abaixo e assinale a opção correspondente.
- Endomarketing é um processo que visa adequar a empresa às necessidades comunicativas do empregado, de maneira a torná-la competitiva no mercado de consumo. O endomarketing pode ser um diferencial e uma vantagem competitiva no fortalecimento da imagem da organização no mercado.
 - O conceito de porta-voz é aplicado estritamente à alta direção da organização.
 - As publicações internas são mais apropriadas para resolver problemas gerados pela burocratização ao estabelecer pontes informais entre os empregados.
 - Ascendente, descendente e horizontal são três fluxos informativos no interior das organizações.
- F, F, F, F
 - V, V, F, F
 - F, V, V, F
 - V, V, V, V
 - F, F, F, V
- 15- A comunicação interpessoal é um instrumento de comunicação muito importante na comunicação das organizações. Não é variante da comunicação interpessoal
- conversa entre duas pessoas em um corredor.
 - videoconferência com os participantes em estados diferentes.
 - um depoimento transmitido pelo sistema de som da empresa.
 - discurso em um auditório lotado.
 - uma conversa por telefone.

- 16- Conjunto de representações, valores, regras de conduta, mitos, valores mentalidades e tipos de comportamento e de soluções de problemas que aprendemos em uma organização com os que nos cercam. Esta é uma definição relativa à (a)
- inteligência organizacional
 - clima organizacional
 - cultura organizacional
 - ritos organizacionais
 - normas organizacionais
- 17- Proporcionam orientação uniforme e consistente nos casos de problemas, questões ou situações. Levam em consideração todas as condições relevantes existentes no momento em que for necessário agir. Devem levar em consideração as crenças, atitudes e preconceitos das pessoas. Este conjunto de definições se aplica a:
- princípios da organização.
 - regras da organização.
 - filosofias da organização.
 - políticas da organização.
 - normas da organização.
- 18- Avalie os itens abaixo e assinale a opção correta.
- () Marketing e patrocínio têm características similares e podem ser considerados sinônimos.
- () Ombudsman e Ouvidor têm características similares e podem mesmo ser considerados sinônimos.
- () Comunicação Administrativa e Comunicação Mercado-lógica têm características similares e podem ser consideradas sinônimas.
- () Comunicação Corporativa e Comunicação Institucional têm características similares e podem mesmo ser consideradas sinônimas.
- F, V, F, F
 - V, F, V, F
 - F, F, V, F
 - V, F, V, V
 - F, V, V, V
- 19- Não é (são) fase(s) do planejamento de comunicação em uma organização:
- Pesquisa.
 - Diagnóstico.
 - Identificação dos públicos.
 - Definição de objetos e metas.
 - Planos, projetos e programas.
- 20- Em relação à comunicação das organizações, analise as questões e indique a opção correta.
- () Identidade corporativa e imagem corporativa são a mesma coisa. Ambas representam como uma empresa é percebida pelos públicos de interesse.
- () Os indivíduos e grupos de interesse que exercem pressão sobre os procedimentos estratégicos das corporações e estão sujeitos a serem afetados de diferentes maneiras pelas decisões do comando da organização são chamados *stakeholders*.
- () Nome da marca é o nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou combinação entre eles, que pode ser descrito por palavras.
- () Uma marca necessariamente traz um único nível de significado.
- F, F, F, F
 - V, V, F, F
 - F, F, V, V
 - F, V, F, V
 - V, F, V, F
- 21- A respeito da ética jornalística, avalie os itens abaixo e indique a opção correta.
- () O Código de Ética dos Jornalistas pode ser considerado um código Moral.
- () O Código de Ética dos Jornalistas pode ser considerado um código Deontológico.
- () A cláusula de doutrina é um direito constante no Código de Ética do jornalista brasileiro; ela permite ao profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.
- F, V, F
 - V, V, F
 - V, F, V
 - F, F, V
 - V, V, V

22- A respeito de técnica e linguagem do jornalismo no rádio, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () A chamada entrevista “Simultânea” permite a montagem, possuindo entrada, desenvolvimento e encerramento.
- () O texto manchettato é lido por dois ou mais apresentadores.
- () Harmonia vocabular refere-se à riqueza expressiva da língua, que dá tonicidade e sonoridade harmônica à expressão vocabular.

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

23- A respeito da técnica de produção da notícia no jornalismo, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () O processo de Decupagem inclui a transcrição na íntegra das falas contidas em uma gravação.
- () Um anúncio dado por um locutor como se fosse depoimento pessoal natural é chamado de Chancela.
- () O texto cercado, que faz parte do conjunto principal de material jornalístico, é também chamado Retranca.

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

24- Verifique os conceitos abaixo e assinale a opção correta.

- () Uma introdução vaga em uma matéria caracteriza o nariz de cera.
- () O recurso de utilizar uma palavra apenas para ganhar alguns sinais na diagramação é chamado Encampar.
- () O desdobramento de uma notícia nos dias seguintes a sua publicação no jornal caracteriza a Muleta.

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

25- A rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflete, por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos. As fontes que se situam à margem destas duas determinações, muito dificilmente podem influir, de forma eficaz, na cobertura informativa. Quais os estudos que deram a conhecer este aspecto sobre as fontes?

- a) Estudos sobre o modelo comunicativo da teoria hipodérmica.
- b) Estudos sobre os valores da notícia.
- c) Estudos sobre *newsmaking*.
- d) Estudos sobre a indústria cultural.
- e) Estudos sobre opinião pública.

26- A respeito da teoria e técnica jornalística, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () Suelto é uma narrativa classificada como *fait-divers* do gênero diversional ou de entretenimento, típica de cadernos de Variedades ou Cultura.
- () O conceito de Noticiabilidade trata da aptidão para um fato tornar-se notícia. Já valores-notícia são atributos que permitem a um fato ganhar o estatuto de Notícia.
- () A organização do trabalho jornalístico está mais orientada para captar acontecimentos específicos, atípicos, de ruptura, do que os constantes, normais, rotineiros.

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

27- A respeito da técnica e da linguagem jornalística, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () A pauta é o elenco de temas ou assuntos a serem observados pelo jornalista. A angulação é a indicação da maneira por meio da qual os acontecimentos devem ser observados e relatados pelo jornalista.
- () O uso de copidesque é um recurso editorial para a unificação da linguagem utilizada e para correção dos eventuais deslizes gramaticais. Também serve como recurso para controle editorial.
- () No universo opinativo de um veículo impresso, um *Cartoon* é uma crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Trata-se de uma reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista, que pode se apresentar somente por meio de imagens quando combinando imagens e texto.

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

28- A respeito da história da imprensa no Brasil, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () A reforma do *Jornal do Brasil* foi um dos fatos mais importantes do jornalismo nos anos 1950, mas ela continuou nos anos 1960, com a reestruturação da redação.
- () *Veja*, lançada na década de 1960, iniciou e se manteve com grande tiragem, assumindo imediatamente o posto de revista semanal de notícias de interesse geral mais vendida no mercado – o qual mantém até hoje.
- () O jornalismo econômico ganhou importância nos jornais na década de 1960 com a industrialização e a limitação dos assuntos políticos. Ele somente assumiu papel secundário frente aos temas políticos a partir de meados dos anos 1970, com o iminente retorno à redemocratização.

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

29- A instituição jornalística atua como vigilante da sociedade, atuando na observação do poder, difundindo opiniões, inclusive as próprias. A seleção da informação é uma das maneiras que os veículos possuem para expressar sua opinião sobre os acontecimentos. Sobre políticas editoriais na história da imprensa brasileira, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () O jornal *Última Hora* foi criado por Samuel Wainer na década de 1950 e apoiou o governo Getúlio Vargas. O jornal também introduziu novidades no jornalismo brasileiro em áreas como diagramação e gestão empresarial.
- () O jornal *O Globo* foi criado nos anos 1920. Na década seguinte, quando o governo se encaminhava para o autoritarismo, se distanciou do presidente Getúlio Vargas.
- () O jornal *O Estado de S. Paulo* está em circulação desde o século XIX e teve como característica ao longo de sua história a defesa constante do intervencionismo econômico como maneira de assegurar o desenvolvimento da indústria e do comércio.

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

30- A respeito dos conceitos sobre notícia, avalie os itens abaixo e marque a opção correspondente.

- () A produção da notícia exige uma negociação entre o acontecimento e seus atributos. No campo da assessoria de imprensa, também exige uma negociação entre assessores e dirigentes da organização. Assim, há uma negociação interna e externa no ambiente de assessoria de imprensa.
- () O fato de uma notícia existir apenas enquanto conteúdo jornalístico objetivo pode ser caracterizado como meta-acontecimento.
- () As decisões tomadas pelos jornalistas no processo de produção das notícias podem ser entendidas a partir do acompanhamento do jornalista no seu contexto mais imediato – o da organização para o qual ele trabalha.

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

31- Sobre a história da assessoria de imprensa, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () Ivy Lee trabalhou na imprensa americana antes de atuar na intermediação do relacionamento entre imprensa e empresários. Ele tornou-se uma referência mundial em assessoria de imprensa e chega a ser apontado como o pai das relações públicas. Isto não é estranho, já que relacionamento com a imprensa é considerado por muitos autores como atividade de relações públicas.
- () A prática de assessoria de imprensa no Brasil teve grande impulso durante o regime militar. A censura política fez com que o noticiário econômico e empresarial tivesse ampliado o espaço no noticiário, potencializando o interesse das organizações em dialogar com a sociedade.
- () A oficialização das práticas de relacionamento com a imprensa na área pública no Brasil surge no governo Nilo Peçanha, com a criação de um serviço de prestação de informações no gabinete do Presidente.

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

32- A respeito da técnica do jornalismo e de assessoria de imprensa, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () O *Follow-up* muitas vezes é questionado por jornalistas, pois esses profissionais não gostam de ligações de assessores para redações para saber a respeito do encaminhamento de uma pauta ou matéria.
- () O melhor momento de ligar para uma redação jornalística é durante o fechamento, já que permite aproveitar a oportunidade em que a edição está sendo fechada para inserir pautas adequadas às necessidades do veículo naquele momento estratégico.
- () O *clipping* permite ao dirigente e ao assessor ter uma visão precisa dos acontecimentos relacionados com a organização, ao oferecer uma análise sobre temas previamente determinados.

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

33- A respeito de termos e conceitos utilizados no trabalho de assessoria de imprensa, avalie os itens abaixo e indique a opção correspondente.

- () As informações colocadas estrategicamente no noticiário, as quais visam gerar desdobramentos junto à opinião pública ou a determinados interessados, são chamadas Acontecimentos Programados.
- () **Afinar o Discurso, em assessoria de comunicação**, significa treinar uma fonte para saber apresentar com qualidade e clareza determinadas informações aos jornalistas.
- () **Papagaio de Pirata** são as pessoas que aproveitam o assédio da imprensa a uma autoridade ou a uma personagem para darem entrevista.

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

34- É a atitude mais correta no planejamento de uma publicação empresarial:

- a) após a primeira edição, pesquisar para saber se o veículo está adequado ao público.
- b) dar prioridade ao retorno de publicações anteriores da empresa e que por qualquer motivo tenham deixado de ser editadas.
- c) estabelecer os objetivos e logo depois fazer uma pesquisa para definir as características do veículo.
- d) criar um conselho editorial.
- e) estimular a disseminação da presença dos dirigentes e porta-vozes na publicação.

35- Sobre publicações institucionais, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () *House-organ* é um termo inadequado para designar veículos jornalísticos institucionais, pois seu uso na literatura se refere apenas a publicações internas.
- () Os jornais de empresa surgiram no Brasil nos anos 1960, resultado da ação de profissionais de recursos humanos. Ao final da década, passaram a ser assumidas por jornalistas. A profissionalização deu grande impulso à qualificação das publicações.
- () **Publicações customizadas** são aquelas de grande tiragem e ampla distribuição que buscam informar sobre produtos à venda tendo como atrativo material jornalístico de boa qualidade.

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

36- A respeito de técnica de assessoria de imprensa, avalie os itens abaixo e marque a opção correta.

- () Um acordo tácito firmado pela assessoria de imprensa com jornalistas para que determinado material seja divulgado a partir de data previamente combinada é chamado de Embargo.
- () Na divulgação de um evento, o esquema de interpretação que organiza mensagens e ocorrências com vistas à obtenção de sentido é chamado Enquadramento.
- () O trabalho de assessores de imprensa é difundir notícias de interesse da organização em que atua. Nesse sentido, a divulgação jornalística é sua tarefa essencial.
- () Turbinar a notícia, em assessoria de imprensa, é uma atitude considerada desonesta, já que busca enganar o jornalista.

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

37- Exercícios que simulam situações reais em televisão, rádio e entrevista *on line* seguidos de alertas, críticas e sugestões são características de

- a) *Media training*.
- b) Reunião de *briefing*.
- c) Painel de definição de mensagens-chave.
- d) Enquadramento de mensagem.
- e) Análise SWAT.

38- É orientação típica a ser dada a fontes de informações durante *media training*:

- () fazer a contribuição tão completa e informativa quanto possível.
- () ignorar os pressupostos do jornalista e responder objetivamente a questão colocada.
- () preparar com o repórter as mensagens-chave a serem transmitidas durante a entrevista.
- () valorizar o jornalista e atendê-lo diretamente evitando intermediação de secretárias e assessores.

Avalie os itens acima e marque a opção correspondente.

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

39- As fontes de informação hoje são cada vez mais preparadas e atuantes no sistema de informação jornalística. Isto ajuda a sociedade a se manter informada, mas também pode conduzir a práticas de manipulação da informação. Sobre as fontes de informação, avalie os itens abaixo e marque a opção correspondente.

- () O porta-voz, responsável por falar oficialmente em nome da organização, é também chamado de *gatekeeper*.
- () Um tipo de evento programado pelas fontes é o chamado pseudo-evento. Ele tem natureza promocional e assume características que o distinguem do evento espontâneo ou natural.
- () Um assessor de imprensa deve ser orientado a plantar matérias no noticiário, de maneira a promover a organização ou assessorado, colher visibilidade e informar com precisão a sociedade sobre temas de interesse público.

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

40- O Assessor de Imprensa deve orientar o entrevistado a, durante uma entrevista:

- () Utilizar o recurso do “*off the record*” caso não possa assumir a responsabilidade pela informação.
- () dizer só o que gostaria de ver publicado, mas dentro disso, falar objetivamente e claro.
- () solicitar o texto depois de ser produzido e antes de ser publicado – mas apenas para verificação dos dados.

Avalie os itens acima e marque a opção correspondente.

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

