

-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --

Em relação aos veículos de comunicação de massa no Brasil, sua implantação, suas fases e sua importância, julgue os itens a seguir.

- 51 Nos anos 30 do século passado, a programação radiofônica passou por mudanças, evidenciando-se seu potencial comercial a partir de aportes financeiros provenientes de publicidade, e o rádio tornou-se o primeiro meio de comunicação de massa no Brasil, no lugar do jornalismo impresso, devido ao alto índice de analfabetismo da população no início do século XX.
- 52 A invasão dos estudantes à rádio Record durante a Revolução Constitucionalista de 1932 evidenciou o reconhecimento da abrangência e da persuasão do rádio, levando o então presidente Juscelino Kubitschek a criar o programa **A hora do Brasil**.
- 53 O Brasil foi o primeiro país da América Latina a ter uma emissora de televisão, a denominada **TV Tupi**, criada por Assis Chateaubriand, em 1950.
- 54 O nome de estreia do atual programa **A voz do Brasil** era **Programa Nacional**, o qual foi substituído em 1938, quando o programa passou a ser chamado de **A hora do Brasil**, até que, em 1946, foi rebatizado com o nome mantido até hoje.
- 55 A transmissão do programa **A voz do Brasil**, das 19 h às 20 h, em cadeia nacional de rádio é obrigatória.

Considerando as técnicas de redação em jornalismo e os princípios de clareza e estilo relacionados ao discurso jornalístico, julgue os próximos itens.

- 56 Chama-se crônica a abertura comumente utilizada no texto jornalístico de caráter noticioso, na qual o redator busca esclarecer seis aspectos que envolvem os fatos noticiados: quem, o quê, quando, onde, como e por quê.
- 57 A redação no jornalismo impresso pode ser categorizada, do ponto de vista estrutural, em modalidades narrativas e modalidades argumentativas.
- 58 No jornalismo impresso, reportagem e notícia são equivalentes, pois apresentam a base interpretativa dos fatos, exigindo do jornalista grande capacidade de observação e de investigação.
- 59 A principal característica discursiva do texto dissertativo é a abordagem de fatos ou quadros descritivos, pela exploração dos detalhes do que está sendo descrito.
- 60 No jornalismo impresso, editoriais, artigos e resenhas críticas são textos dissertativos-argumentativos que destacam o viés interpretativo do seu autor.
- 61 No jornalismo impresso, as notas seguem estrutura narrativa.

Com referência aos fundamentos do discurso jornalístico e às técnicas de redação aplicadas no jornalismo, bem como às características dos diversos tipos de produção no meio impresso, julgue os seguintes itens.

- 62 A grande reportagem constitui-se de reportagens densas e extensas, que costumam ocupar várias páginas do veículo de comunicação, e exigem do repórter grande capacidade de planejamento e pesquisa, assim como grande tempo de produção e redação.
- 63 Classificam-se como oficiais as fontes vinculadas ao poder público (municipal, estadual ou federal), a empresas, a associações de classe e a instituições religiosas, por exemplo.
- 64 Os editoriais, nos grandes veículos de comunicação, geralmente são publicados e assinados nas últimas páginas.
- 65 O editorial é um texto opinativo que apresenta, explicitamente, a opinião do leitor sobre fatos e assuntos da atualidade abordados no jornal da comunidade.

A respeito do jornalismo institucional e de seus produtos, julgue os itens a seguir.

- 66 No jornalismo institucional, o compromisso com a sociedade é mediado pela hierarquia da organização.
- 67 A atualidade é um valor-notícia pouco relevante para a produção de notícias institucionais, uma vez que as organizações podem definir os próprios critérios de publicação de textos noticiosos.
- 68 A divulgação jornalística das instituições tem um caráter intencional e negociado, de maneira que as notícias institucionais são estratégicas para as organizações, contribuindo para a criação ou manutenção da imagem institucional.
- 69 Na estrutura clássica de uma notícia impressa, o *lead* pode ser considerado uma proposição completa no sentido aristotélico, ao apresentar um sintagma nominal, um sintagma verbal e sintagmas circunstanciais.

Tendo em vista o contexto contemporâneo de atuação dos profissionais de assessoria de imprensa, julgue os itens que se seguem.

- 70 Em situações de crise institucional, é importante que a assessoria de imprensa atenda às demandas dos jornalistas e se prepare para fornecer informações completas, com dados e números atualizados sobre o ocorrido, a fim de esclarecer os fatos e informar as providências adotadas pela organização.
- 71 Além das funções tradicionais de produção de *releases*, atendimento à imprensa e levantamento de pautas, o assessor de imprensa atualmente também atua como gestor e estrategista, gerenciando crises e definindo estratégias para as mídias sociais.
- 72 O fator decisivo para um jornalista aproveitar um *release* enviado por *email* pela assessoria de imprensa é o título do assunto, pois a falta de um título ou um título mal escolhido pode comprometer as chances de publicação do tema de interesse da organização.
- 73 A organização de entrevistas exclusivas envolve a convocação de todos os veículos de comunicação mais importantes para os diferentes públicos da organização.
- 74 As pautas institucionais produzidas pelas assessorias passam por um processo de seleção nas redações, que têm a prerrogativa de aceitar, rejeitar ou mesmo negociar um tema proposto a partir de perspectivas diferentes das inicialmente destacadas pelas assessorias.
- 75 Os profissionais de assessoria produzem e disponibilizam conteúdos em diferentes formatos digitais para seus públicos, principalmente na chamada sala de imprensa *online*, na qual disponibilizam *press-kits* digitais, *releases*, guias de fontes, *links* para redes sociais, documentos confidenciais e bancos de pauta.

A respeito de estratégias de comunicação interna, julgue o próximo item.

- 76 Entre as ações mais importantes de comunicação interna, destacam-se a criação de canais de comunicação dirigidos a clientes, como *email marketing*, e postagens em perfis de redes sociais.

Acerca de publicações jornalísticas empresariais e métodos e técnicas de pesquisa, julgue os itens a seguir.

- 77** A definição do formato das publicações jornalísticas empresariais deve ser feita de acordo com os objetivos buscados, o público, os recursos disponíveis, a cultura organizacional e a evolução dos processos de comunicação na empresa.
- 78** Do ponto de vista epistemológico, o método congrega a concepção do mundo e da ciência que embasa a pesquisa e, ao mesmo tempo, as técnicas e os instrumentos de coleta de dados a serem utilizados para realizá-la.
- 79** As primeiras publicações jornalísticas de empresas datam das décadas de 30 e 40 do século XX, na Europa, ainda no período da Segunda Guerra Mundial, e tinham o objetivo de se contraporem às publicações sindicais dos operários das fábricas.
- 80** No Brasil, o jornalismo empresarial ou institucional incorporou características técnicas advindas do campo do jornalismo, como os conceitos de notícia e de objetividade, de forma que nos textos, em geral, procura-se concentrar o conteúdo em fatos e dados.

Julgue os itens a seguir, relativos aos gêneros jornalísticos.

- 81** O editorial, que não costuma ser assinado, expressa a opinião do jornal ou meio de comunicação em relação a determinado assunto, como política, economia e sociedade, entre outros.
- 82** Tanto nos artigos de opinião quanto na crônica há compromisso com temas da atualidade e ambos obedecem ao formato de notícia.
- 83** A reportagem, um estilo de texto curto que prima pelo factual e não tem o objetivo de aprofundar a notícia, deve começar sempre com um lide.
- 84** Nariz de cera é o parágrafo de fechamento do texto, que arremata o assunto específico.
- 85** O *release*, que é um texto elaborado por uma assessoria de imprensa para divulgação aos jornalistas, deve ter tratamento jornalístico, mas, para escrevê-lo, as perguntas básicas devem ser reduzidas às seguintes: o que, quem, como e por que.

Os tipos de mídia diferem entre si por características particulares. Rádio, TV e Internet, por exemplo, possuem formas de produção de conteúdo específicas. Em relação a esse assunto, julgue os itens que se seguem.

- 86** A revista, em comparação ao jornal, possui textos mais interpretativos e analíticos e dispensa a construção de um lide objetivo e direto.
- 87** Na Internet, os textos tendem a ser mais extensos para dar a possibilidade ao leitor de navegar pelos *hiperlinks*.

Julgue os próximos itens, relativos aos critérios de seleção, redação e edição de notícias.

- 88** Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, torna-se impossível cumprir um modo de produção de notícias, o que os estudiosos definem como *newsmaking*.
- 89** O controlador de notícias, ou *gatekeeper*, regula a entrada e saída do fluxo de conteúdo em uma redação e funciona como um editor-chefe, podendo a área de atuação do *gatekeeper* ser chamada de zona-filtro.

Entre os métodos de impressão, estão a serigrafia, a tipografia, a impressão digital e o *offset*. Acerca dessas técnicas, julgue os itens a subsequentes.

- 90** No processo de impressão, usam-se as três cores básicas RGB (*red, green, blue*); ou seja, vermelho, verde e azul.
- 91** Serigrafia, também conhecida como *silkscreen*, é o processo que utiliza cera de abelha para a impressão em superfícies como metal, vidro, cerâmica, madeira, tecido e cartões.
- 92** O processo de impressão *Offset* caiu em desuso devido ao seu alto custo e à sua baixa eficiência.
- 93** Impressão digital significa que o trabalho é feito de forma eletrônica e sem utilização de chapa.

Tendo em vista que, entre as técnicas de elaboração de um texto jornalístico, a pirâmide invertida é o estilo mais usual e constitui um padrão nos meios de comunicação ocidentais, julgue os próximos itens, relativos a esse tema.

- 94** Na fórmula da pirâmide invertida, a partir do lide, pode ser adotada uma narrativa não linear e em sequência atemporal.
- 95** Uma opção para tornar o texto da pirâmide invertida mais dinâmico é fazer um contraponto entre presente e passado, alternando-se os parágrafos com ritmo.
- 96** O lide comum apresenta os fatos mais importantes da notícia e a matéria se resume a isso.
- 97** O lide dá ênfase à parte principal da notícia; já o sublide é uma introdução supérflua que pode ser descartada.
- 98** O lide deve ser redigido na ordem indireta (predicado, sujeito, objeto e complemento), já que se trata de uma pirâmide invertida.

Julgue os itens que se seguem, relativos à entrevista jornalística.

- 99** Toda entrevista feita *off the record* deve ser publicada na íntegra.
- 100** Na entrevista jornalística, o repórter assume a função de mediador, fazendo o papel de intérprete de quem concede a entrevista.

Acerca das interfaces digitais do jornalismo e das pesquisas de comunicação, julgue os itens a seguir.

- 101** A presença de redes sociais no webjornalismo é uma estratégia de distribuição de notícias que não causa impacto na construção da narrativa jornalística.
- 102** Quando o objetivo é capturar as complexidades inerentes às preferências do público, pesquisas quantitativas são mais eficazes que pesquisas qualitativas.
- 103** Para analisar as interações e conexões sociais nas redes, são relevantes os recursos sociais formados a partir das relações interpessoais, pois eles afetam a disseminação de informação e a construção de uma reputação *online*.
- 104** A amostragem por conveniência é uma estratégia confiável para pesquisas de comunicação, uma vez que facilita a coleta eficaz de dados de grupos focais.
- 105** A teoria do *gatekeeping*, que destaca o papel dos editores na seleção e na filtragem de notícias, é fundamental para compreender a dinâmica do webjornalismo atual.

No que se refere às práticas e às estratégias de assessoria de imprensa, bem como ao *marketing* institucional, julgue os itens que se seguem.

- 106** O *presskit* é uma ferramenta ultrapassada, sendo atualmente substituído por métodos mais eficazes de distribuição de informações para os veículos de comunicação, como o *email marketing*.
- 107** O *marketing* institucional é uma estratégia que compete exclusivamente ao departamento de publicidade da instituição.
- 108** Entrevistas coletivas são evitadas pela assessoria de imprensa, pois podem culminar em perguntas difíceis para a instituição.
- 109** Integrar estratégias de gamificação a campanhas de *marketing* institucional pode potencializar o engajamento do público, o que transforma a promoção institucional em uma experiência interativa.
- 110** É essencial saber quem são os *stakeholders* de uma instituição para identificar e compreender as necessidades dos diversos públicos envolvidos, de modo a permitir a construção de uma imagem institucional mais alinhada e efetiva.

Considerando a complexidade do cenário de comunicação contemporâneo e a importância da interseção entre jornalismo, relações públicas e comunicação dirigida, julgue os itens subsequentes.

- 111** A Análise SWOT é uma ferramenta do jornalismo utilizada para avaliar o ambiente interno e externo da instituição, proporcionando a elaboração de planos de comunicação mais eficientes.
- 112** A gestão de crise deve ser pautada pela transparência, devendo ser priorizadas informações detalhadas sobre eventos adversos, mesmo que isso possa gerar desconforto.
- 113** A comunicação dirigida implica, necessariamente, a segmentação do público-alvo, levando-se em consideração características demográficas e socioculturais.
- 114** A comunicação dirigida, quando aplicada a públicos internos à organização, não necessita de adaptações em relação à comunicação externa, pois os princípios fundamentais permanecem os mesmos.

Com relação ao planejamento de comunicação organizacional e às interfaces entre relações públicas e administração empresarial, bem como aos instrumentos de comunicação interna, julgue os itens que se seguem.

- 115** Teoria do caos é uma teoria de comunicação organizacional que visa à previsibilidade do planejamento comunicacional e permite a formulação de estratégias estáticas e predefinidas.
- 116** No planejamento de comunicação, a abordagem de *storytelling* é evitada, pois cria narrativas subjetivas que podem distorcer a imagem institucional.
- 117** Uma gestão de comunicação interna alinhada à teoria da contingência sugere que as estratégias devam ser padronizadas para garantir consistência e estabilidade.
- 118** Estratégias de relações públicas integram a análise de métricas de comunicação interna, possibilitando a avaliação contínua do impacto das mensagens e a otimização das estratégias conforme os resultados obtidos.
- 119** A comunicação interna deve ser direcionada principalmente aos níveis hierárquicos superiores, priorizando-se a disseminação de informações estratégicas entre líderes e gestores.
- 120** A gestão de crises deve ser integralmente conduzida pelo departamento de relações públicas, dispensando-se intervenções de outras áreas administrativas, para garantir a coerência na comunicação em momentos sensíveis.

Espaço livre