



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – UNIPAMPA**

CONCURSO PÚBLICO  
NÍVEL SUPERIOR

**MANHÃ**

**CADERNO DE PROVA**  
**PARTE II**  
**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**

**CARGO 18:**  
**Jornalista**

**ATENÇÃO!**

Leia atentamente as instruções constantes na capa da Parte I do seu caderno de prova.

- 1 Nesta Parte II do seu caderno de prova, confira inicialmente se os seus dados pessoais e se os dados identificadores do seu cargo transcritos acima coincidem com o que está registrado em sua **folha de respostas** e em cada página numerada desta Parte II do seu caderno. Caso o caderno esteja incompleto, tenha qualquer defeito, ou apresente divergência quanto aos seus dados pessoais ou aos dados identificadores do seu cargo, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
- 2 Quando autorizado pelo chefe de sala, no momento da identificação, escreva, no espaço apropriado da **folha de respostas**, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

*Não é possível estar dentro da civilização e fora da arte.*

**OBSERVAÇÕES**

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido em edital.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet — [www.cespe.unb.br](http://www.cespe.unb.br).
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Acerca das características e das estruturas de funcionamento das empresas jornalísticas, julgue os itens a seguir.

- 51 A Constituição Federal (CF) estabelece que pelo menos 70% do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas deve pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.
- 52 Brasileiros naturalizados são impedidos pela CF de exercer a responsabilidade editorial em qualquer meio de comunicação social.
- 53 Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, devem observar os princípios enunciados na CF, tais como o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.
- 54 As alterações de controle societário das empresas jornalísticas devem ser comunicadas à assembleia legislativa da unidade federativa onde a empresa tem sede.
- 55 A publicação de veículo impresso de comunicação depende de licença de autoridade.
- 56 No Brasil, os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.
- 57 Diferentemente de outros negócios, as empresas jornalísticas obtêm lucros não só com a comercialização de seus produtos (jornais e revistas, por exemplo), mas também por meio da venda de espaço publicitário.

Quanto às características e funções dos jornalistas, julgue os itens que se seguem.

- 58 Pauteiro é o profissional que propõe a pauta, conjunto de assuntos cobertos pela editoria e que contém indicações ao repórter para orientá-lo sobre os ângulos a serem abordados em determinada notícia, entre outras finalidades.
- 59 Nas emissoras de televisão, o editor-chefe é o profissional responsável pelo conteúdo veiculado pelo telejornal.
- 60 A legislação brasileira estabelece a obrigatoriedade de formação superior em jornalismo para o exercício da atividade de repórter-fotográfico e de repórter-cinematográfico.
- 61 Repórter-cinematográfico é o profissional responsável por buscar, no trabalho com a equipe de reportagem, as informações por meio de imagens.
- 62 Atualmente, observa-se a tendência de contratar revisores para cuidar da versão final dos textos publicados pelas empresas jornalísticas.
- 63 A organização e conservação de arquivo jornalístico e a pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias são tarefas restritas a diplomados em arquivologia e biblioteconomia.
- 64 A atividade de diagramação é permitida apenas a bacharéis em comunicação social, artes plásticas ou desenho industrial.

A respeito das atividades das assessorias de imprensa, julgue os itens subsequentes.

- 65 De acordo com a legislação brasileira, é proibido aos profissionais contratados pelas assessorias de imprensa filiarem-se ao sindicato dos jornalistas da unidade federativa onde atuam profissionalmente.
- 66 Utilizadas em eventos especiais ou em entrevistas coletivas, as pastas de imprensa (*press-kits*) consistem em material de apoio, geralmente composto por textos especiais, fichas técnicas, gráficos, ilustrações e fotos relacionados ao assunto em pauta.
- 67 O Código de Ética dos Jornalistas brasileiros não permite que, no meio de comunicação em que trabalha, o repórter realize a cobertura de organização pública, privada ou não-governamental da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário.
- 68 Pelos serviços prestados ao empresário Ivy Lee, em 1906, Rockefeller é considerado pioneiro das atividades de assessoria de imprensa.
- 69 Como, em sua maioria, os jornais brasileiros são vespertinos, é recomendável que os assessores de imprensa contatem a redação desses jornais por volta das 17 h.
- 70 O *clipping* é uma das atividades mais típicas da assessoria de imprensa e consiste em identificar rotineiramente, na mídia, as citações a respeito da organização ou temas previamente determinados, organizá-las e encaminhá-las para conhecimento dos interessados.
- 71 *Newsletter* é o veículo de imprensa empresarial mais simples, com notícias afixadas em espaços próprios nas paredes, divisórias ou em cavaletes.

Tendo como referência as especificidades do jornalismo científico, julgue os próximos itens.

- 72 O jornalismo científico é prática restrita à circulação de informações entre pesquisadores com doutorado em ciências exatas.
- 73 É finalidade do jornalista científico cumprir atividade educativa, popularizando o conhecimento produzido nas universidades e institutos de pesquisa, por meio de linguagem acessível ao cidadão comum, de forma a despertar no público o interesse pelos processos científicos.
- 74 As assessorias de comunicação das instituições de ensino superior precisam de licença prévia do Conselho Federal de Relações Públicas para exercer suas atividades diárias.
- 75 Segundo a Associação Brasileira de Jornalismo Científico, os fatos relacionados à área de humanidades, por não atingirem *status* de ciência, não devem receber cobertura.
- 76 O Código de Ética dos Jornalistas brasileiros estabelece que a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e(ou) diretores ou da natureza econômica de suas empresas.
- 77 De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros, o repórter é responsável por toda a informação que divulga, mesmo aquela que tenha sido alterada por terceiros.
- 78 Criada em 1982, a revista **Ciência Hoje** é publicada pelo Instituto Ciência Hoje, organização social de interesse público, sem fins lucrativos e vinculada à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).

A respeito das características de pauta, da reportagem, da notícia e dos principais *software* de produção e edição de textos e imagens, julgue os itens a seguir.

- 79** O texto a ser veiculado em uma emissora de rádio ou de televisão deve ser redigido privilegiando-se as frases longas e as que estiverem em ordem indireta.
- 80** Lide é a linha ou o parágrafo inicial de um texto jornalístico em que é introduzido, de forma resumida, o conteúdo tratado.
- 81** A leitura do texto em voz alta é uma das técnicas utilizadas para descobrir problemas com a sonoridade das palavras, concordância, cacófatos e frases sem sentido, que podem comprometer a qualidade da informação.
- 82** Em uma reportagem de rádio, é recomendável que as informações do texto sejam idênticas às veiculadas nas sonoras dos entrevistados.
- 83** O principal processador de texto utilizado nas redações jornalísticas é o Windows Vista.
- 84** Reportagens preparadas para a Internet devem considerar a maneira como o público acessa o conteúdo. Havia, no passado, navegadores com a opção de carregar textos sem a exibição de imagens.
- 85** O Photoshop é um dos principais *software* de manipulação de imagens e destina-se à edição e retoque fotográfico.

O jornalismo científico compreende a veiculação, segundo os padrões jornalísticos, de informações sobre ciência, tecnologia e inovação e se caracteriza por desempenhar inúmeras funções. Entre elas, contribuir para o processo de alfabetização científica, permitindo aos cidadãos tomar contato com o que acontece no universo da ciência e da tecnologia; e promover a democratização do conhecimento científico, ampliando o debate sobre temas relevantes. Vale lembrar que os interesses políticos e econômicos são grandes na área de ciência e tecnologia (C&T) e, assim, a manipulação da informação é sempre um risco a ser considerado.

Claudeci Ribeiro da Silva. *Por que é difícil fazer jornalismo científico?* In: Cidival Morais de Sousa (Org.) *Jornalismo científico e desenvolvimento regional*. Campina Grande: EDUEP, 2008 (com adaptações).

A partir do texto acima, julgue os itens de **86** a **90**.

- 86** O jornalismo científico exerce uma função pedagógica na medida em que complementa a educação formal e desperta o interesse pela ciência, e também uma função política, pois estimula os cidadãos a debaterem temas relevantes para o desenvolvimento do país.
- 87** A falta de conhecimento dos temas relevantes para a discussão científica é o único problema enfrentado por repórteres e editores dos grandes veículos de comunicação comerciais que precisam cobrir a área de C&T.
- 88** A identificação do jornalista e do pesquisador com os objetivos da alfabetização científica e da democratização do conhecimento atrapalha a qualidade do jornalismo científico.

- 89** A dificuldade de tradução dos temas científicos para a linguagem cotidiana é um dos obstáculos à divulgação jornalística da ciência e da tecnologia, mas os interesses econômicos e políticos envolvidos na produção científica podem ser ainda mais prejudiciais ao jornalismo científico.
- 90** O jornalismo científico requer do jornalista, além de bom conhecimento de técnicas de redação e de edição jornalísticas, familiaridade com os procedimentos da pesquisa científica e contato permanente com as fontes ligadas à área.

A entrada de jornais e revistas na Internet inaugura um novo veículo de comunicação que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores. O jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias. O papel (átomos) vai cedendo lugar a impulsos eletrônicos (*bits*) que podem viajar a grandes velocidades pelas autoestradas da informação. Esses *bits* podem ser atualizados instantaneamente na tela do computador na forma de textos, gráficos, imagens, animações, áudio e vídeo, recursos multimídia que estão ampliando as possibilidades da mídia impressa.

André Manta. *Guia de jornalismo na Internet*. 1997.  
In: Internet: <www.facom.ufba.br> (com adaptações).

A partir do texto acima, julgue os itens seguintes.

- 91** A reunião de todas as mídias no formato digital, com possibilidade de transmissão e acesso aos conteúdos pelo computador, configura o processo denominado convergência tecnológica.
- 92** As primeiras experiências de jornalismo digital ocorreram nos Estados Unidos da América, nos anos 70 do século XX, a partir de sistemas de videotexto produzidos por empresas como a Time, Times-Mirror e a Knight-Ridder. No Brasil, as primeiras versões eletrônicas dos principais jornais nacionais começaram a aparecer na Web a partir de 1990.
- 93** Interatividade, personalização de conteúdo, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade e memória são características do jornalismo desenvolvido para a Web.
- 94** A instantaneidade ou atualização contínua — o chamado jornalismo em tempo real — relaciona-se ao fato de que o jornalismo *online* fornece um fluxo contínuo de notícias, sem que haja modificação significativa nas suas rotinas de produção. O aproveitamento dos conteúdos das novas mídias é a palavra-chave desse novo tipo de jornalismo.
- 95** A necessidade de um fluxo contínuo de informações provoca a fragmentação das notícias em vários relatos sucessivos, o que pode prejudicar a compreensão global dos cidadãos acerca dos temas tratados nessas notícias. Tal estratégia de produção noticiosa reforça a ideia de efemeridade do conteúdo jornalístico.
- 96** A aceleração da velocidade de produção e de divulgação das informações noticiosas na Internet complementa a característica da periodicidade jornalística, uma vez que cria nova temporalidade no jornalismo e não modifica os ritmos da produção de notícias.

A estreia oficial da nova TV brasileira aconteceu no dia 2 de dezembro de 2007 em São Paulo. Seis meses depois, a recepção do sinal da TV digital brasileira nem sequer atingia o equivalente a um ponto no Ibope, 55 mil domicílios na Grande São Paulo, sugerindo que apenas 20 mil famílias estivessem recebendo o sinal na Grande São Paulo. Em 2008, O SBTVD foi adotado em outras 10 cidades brasileiras. O cronograma do governo federal anuncia que as transmissões analógicas de TV serão encerradas em 30 de junho de 2016, mas esse prazo deve ser adiado.

Beatriz Becker e Juliana Teixeira. **TV digital: um desafio para o jornalismo brasileiro**. 6.º Congresso SOPCOM. Anais eletrônicos do Congresso. Lisboa: Universidade Lusófona (com adaptações).

A partir do texto, julgue os itens que se seguem.

- 97** Os fatos narrados pelas autoras permitem a conclusão de que o processo de implantação da TV digital no Brasil será mais ágil do que inicialmente se pensava.
- 98** A interatividade é uma das grandes promessas da TV digital e um dos eixos que devem nortear sua implantação, segundo diretrizes do governo brasileiro. Nesse sentido, as empresas de comunicação já começam a implantar iniciativas interativas para revolucionar a audiência de televisão no Brasil.

Com relação ao fotojornalismo, à produção e ao tratamento de imagens no jornalismo, julgue os itens seguintes.

- 99** O fotojornalismo abrange as fotografias de notícias, imagens de projetos documentais, ilustrações fotográficas e os *features* — fotografias intemporais de situações peculiares com que o fotógrafo se depara — entre outras.
- 100** O fotojornalismo exemplifica o conceito de enquadramento (*framing*), usado por muitos autores para definir a atividade jornalística. Esse conceito consiste na prática de focar o relato do acontecimento em um aspecto, direcionando o olhar e a atenção do público para o que se considera mais importante.
- 101** A fotografia, em matéria de jornal ou revista, chama a atenção do usuário para determinado aspecto do fato, mas não contribui para a credibilidade do relato jornalístico.
- 102** Segundo vários autores, a fotografia relaciona-se a três tipos de textos no contexto do jornalismo impresso: as manchetes (títulos e subtítulos), as legendas e o texto das matérias jornalísticas em si.
- 103** Para Jorge Pedro Sousa, o tema principal de uma fotografia deve ser realçado de forma que a imagem transmita uma única ideia ou sensação. Para causar esse efeito há várias soluções, tais como usar grande profundidade de campo, colocar o motivo contra um fundo colorido, criar um pequeno contraste cromático etc.
- 104** No fotojornalismo, o texto também é importante e possui várias funções como, por exemplo, chamar a atenção para a fotografia ou para alguns dos seus elementos, complementar informativamente a fotografia, devido à incapacidade que a imagem possui de mostrar conceitos abstratos, analisar, interpretar e(ou) comentar a fotografia e(ou) o seu conteúdo.

Pode-se afirmar que a comunicação institucional atua como reforço de determinada marca, empresa, instituição, órgão público ou privado, cujo objetivo imediato não é a venda propriamente dita, mas a compreensão dos propósitos de tais organizações por parte dos públicos considerados de seu interesse.

Helenice Carvalho. **As relações públicas e a gestão estratégica das informações nas empresas**. In: Nilda Jacks *et al* (Org.). **Tendências na comunicação**, vol. 4. Porto Alegre: L&PM, 2001, p. 132-8 (com adaptações).

Com relação à comunicação institucional, julgue os seguintes itens.

- 105** Uma das funções do assessor de comunicação é buscar, armazenar, tratar e disseminar informações relevantes aos processos decisórios para os públicos da organização. Para realizar essa tarefa com eficiência, o profissional deve conhecer a instituição e os seus públicos-alvo, o que pode ser conseguido por meio da coleta de informações, uma das etapas do planejamento de comunicação da organização.
- 106** O assessor de comunicação atua como gestor da informação estratégica para a organização.
- 107** Um dos principais problemas que atingem as publicações organizacionais é a falta de sondagem inicial para verificar por que motivos a organização quer produzi-las. Objetivos claros e definidos são essenciais para a continuidade e o acerto de qualquer publicação organizacional.
- 108** Em geral, as instituições desenvolvem apenas um veículo de publicação de informações para os públicos interno e externo, estratégia mais recomendada para se atingir o sucesso na publicação e comunicar com eficiência.
- 109** A definição do perfil editorial de uma publicação organizacional precisa levar em conta o que os gestores querem comunicar, não as demandas do público que será atingido pelo veículo.
- 110** O jornal mural é o veículo jornalístico empresarial mais simples e com a vantagem da facilidade de produção, atualização e acesso direto pelos empregados da organização. Por meio dele, notícias são afixadas em espaços próprios nas paredes ou muros.
- 111** Um jornal organizacional tem como objetivo principal divulgar as políticas, os princípios e os valores da companhia.

Reportagens têm por objetivo transmitir ao leitor, de maneira ágil, informações novas, objetivas (que possam ser constatadas por terceiros) e precisas sobre fatos, personagens, ideias e produtos relevantes.

Manual de redação. In: Folha de S.Paulo.  
São Paulo: Publifolha, 2001, 6.ª ed.

Com relação ao assunto abordado no texto, julgue os itens que se seguem.

- 112** Um elemento essencial para qualquer reportagem é o gancho jornalístico, que consiste na veracidade dos fatos apresentados.
- 113** Uma diferença básica entre notícia e reportagem, como gêneros jornalísticos, é que a reportagem trata do levantamento de um assunto conforme um ângulo preestabelecido, enquanto a notícia é uma cobertura simples de um fato ou série de acontecimentos.
- 114** Toda reportagem tem uma hipótese de trabalho, isto é, uma ideia preconcebida dos jornalistas acerca do assunto e de seu enfoque principal. Na atividade jornalística, é importante que o profissional não se desvie dessa hipótese de trabalho, para que não seja enganado pelas fontes.
- 115** A realização de uma reportagem pressupõe o trabalho de investigação jornalística, que significa buscar as informações exclusivas que as fontes podem fornecer.
- 116** No jornalismo comercial, geralmente a reportagem tem como objetivo a publicação de informações exclusivas, o que se denomina furo jornalístico. A manutenção de fontes com conhecimento e credibilidade pelos repórteres garante o suprimento dessas informações, mas muitas vezes cria uma relação ambígua entre jornalistas e fontes, condicionando a produção jornalística a interesses privados.

Com relação a edição e revisão da informação jornalística, julgue os itens a seguir.

- 117** A edição, em um veículo impresso, é a exposição hierárquica e contextualizada das notícias e a distribuição espacial correta e interessante do material que constitui o produto jornalístico, o que não implica, contudo, que o editor seja o único responsável pela seleção do que será publicado.
- 118** O acabamento — que inclui o *design*, a produção técnica, a formatação estética do material e a revisão do produto final — é mais importante que a contextualização das informações na etapa de edição do material jornalístico.
- 119** A atividade de edição (*editing*) nos noticiários televisivos consiste em transformar o acontecimento em uma história com princípio, meio e fim, e seu objetivo é apresentar uma representação sintética, visualmente coerente e significativa do objeto da notícia.
- 120** O processo de edição é objetivo, pois o editor decide o que é mais importante a partir de sua percepção do que é interessante para o público-alvo que o veículo pretende atingir. Ao mesmo tempo, existem parâmetros coletivos para essa decisão, representados pela linha editorial do jornal ou emissora e pelos valores-notícia considerados relevantes no jornalismo em geral.

