

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

CARGO 6: ANALISTA JUDICIÁRIO – ÁREA DE ATIVIDADE: APOIO ESPECIALIZADO –
ESPECIALIDADE: COMUNICAÇÃO SOCIAL

PROVA DISCURSIVA

APLICAÇÃO: 27/9/2015

PADRÃO DE RESPOSTA DEFINITIVO

Para produzir textos como o apresentado nesta prova, a assessoria de Imprensa do STJ precisa cumprir diversas etapas com o intuito de alcançar o objetivo do texto jornalístico, que deve ser conciso, claro, preciso, direto, simples e objetivo. Primeiramente, realizar ações para identificar a pauta; com a pauta definida, iniciar a produção do texto, no qual se deve atentar a alguns cuidados para que ele cumpra seu objetivo, atentando-se, ainda, à edição e revisão da informação divulgada; finalmente, o assessor deve estar atento às particularidades que diferenciam os textos produzidos para os diversos veículos de comunicação, tais como o jornal, o rádio, a TV e a Internet.

Para identificar uma pauta como a descrita, o assessor deve estar atento aos acontecimentos internos da instituição, mantendo relacionamento com seus diversos departamentos, com o intuito de captar pautas que possam ser interesse da mídia e, por consequência, da sociedade. Para tanto, vale utilizar-se de pesquisas ativas em busca de conteúdos publicáveis. O assessor deve, ainda, agendar reuniões de pauta para discutir os temas com a equipe e definir quais são as mais relevantes a serem produzidas/cobertas para divulgação no sítio da instituição.

Durante a produção do texto, é importante atentar a alguns cuidados, como a apresentação do lide, a pontuação correta, evitar adjetivação excessiva, frases longas, repetição de palavras e vícios de linguagem. Ao final, é importante revisar o texto com cuidado e atenção, para identificar possíveis falhas de conteúdo e forma, evitando que a assessoria perca sua credibilidade.

É importante atentar para as particularidades de cada veículo na hora de produzir o texto jornalístico. A instantaneidade, presente na TV, no rádio e na Internet, não se dá no jornal. Além disso, nesses veículos, o texto deve ser produzido de forma coloquial, como se contasse uma história. A principal diferença entre todos os veículos será a relação da imagem com o texto. Na TV, a imagem colabora com o texto, permitindo sintetização e objetividade. Na Internet, assim como no jornal, a imagem busca complementar e ilustrar o que foi escrito na matéria. Para o rádio, a imagem é criada na cabeça do ouvinte, exigindo do assessor criatividade na produção textual, para permitir que o público imagine as situações descritas.