



**MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SERGIPE**

**1º PROCESSO SELETIVO PARA ESTAGIÁRIOS/2021
PROVA OBJETIVA DE JORNALISMO**

QUESTÃO

Gill e Adams (1998) sustentam que a comunicação perpassa pelas mais diversas esferas da vida em sociedade, envolvendo, portanto, muito mais que apenas informações “duras”. Não há coesão social sem a comunicação, uma vez que dela dependem as relações que sustentam a complexidade da sociedade. Nesse sentido, a comunicação deve ser entendida como um processo.

Analise as assertivas a seguir:

- I. A comunicação não tem princípio nem fim bem definidos.
- II. O receptor nunca percebe as configurações globais do contexto em que se comunica.
- III. A comunicação é um fenômeno contínuo que apresenta mudanças no tempo.
- IV. O processo de comunicação não sofre influência de fatores como a significação.

É **correto** apenas o que se afirma sobre a comunicação como processo em:

- I, apenas
- I, II e III, apenas

- I e III, apenas **(RESPOSTA CORRETA)**

- I, III e IV, apenas
- I, II, III e IV

QUESTÃO

Sobre o conceito de ética marque a alternativa que NÃO representa uma alternativa correta.

- Ética é a ciência normativa dos comportamentos humanos, sendo definida através de leis específicas.
- **Todos os grupos e sociedades possuem um único código de ética. (RESPOSTA CORRETA)**
- A ética é construída por uma sociedade com base nos valores históricos e culturais.
- Ao conviver em sociedade, o homem percebeu a necessidade de regras que regulamentassem esse convívio: a ética.

- Ética é o julgamento da validade das morais.

QUESTÃO

A notícia é um relato altamente selecionado da realidade. Essa seleção ocorre não só quanto ao tipo de acontecimentos noticiados, mas quanto aos aspectos deles escolhidos para comporem o relato. Afinal, os fatos são um complexo de ações de difícil delimitação e para fazê-lo, é preciso selecionar. Depois de delimitado o fato jornalístico, ainda se escolhem os aspectos que serão realçados na construção do texto e nas chamadas.

Analise as assertivas a seguir:

I. Através da seleção, o jornalismo anuncia à sociedade “o que importa saber”, dizendo o que deve ser conhecido. Dessa forma, colabora fortemente para construir a realidade social.

II. Os valores notícia representam apenas um dos grupos de critérios que compõem a noticiabilidade e estão profundamente enraizados na cultura jornalística.

III. Apesar da existência de um grupo de características que historicamente se repetem, os valores que fazem um fato virar notícia variam de acordo com a cultura, a economia, o sistema político e as características de cada região.

É **correto** o que se afirma em:

- I, apenas
- II, apenas
- III, apenas
- I e III, apenas

- I, II e III (RESPOSTA CORRETA)

QUESTÃO

Analise o texto abaixo.

O Ministério Público Federal (MPF) acionou a Justiça Federal para que determine à União o depósito de R\$ 1 milhão a fim de viabilizar a aquisição de diversos medicamentos cuja responsabilidade pela compra é do Ministério da Saúde. O objetivo é que o estado de Sergipe adquira os produtos e distribua aos pacientes cadastrados no Centro de Atenção à Saúde de Sergipe (Case), mediante prestação de contas. O requerimento foi protocolado na última terça-feira (6). (Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/se/sala-de-imprensa/noticias-se/mpf-pede-a-justica-que-uniao-deposite-r-1-milhao-para-garantir-medicamentos-de-pacientes-cronicos-de-sergipe>)

Marque a opção na qual há indicação **correta** das perguntas da técnica pirâmide invertida respondidas pelo *lead* da matéria acima, na ordem em que foram respondidas pelo texto.

- Quem, o quê, por que, onde, quando. (RESPOSTA CORRETA)

- O quê, quem, quando, como
- Por que, o quê, quando, onde, quem
- Quando, onde, por que, quem, onde
- Onde, quando, o que, por que, quem.

QUESTÃO

Todo estudante de jornalismo já deve ter ouvido falar que o rádio será o primeiro veículo de comunicação a transmitir o fim do mundo. A afirmativa tem décadas, mas ninguém ousa dizer o contrário. Apesar de ter surgido há mais de cem anos, ele continua atual e nada supera sua velocidade.

Nem mesmo a internet. Tanto que a própria web foi invadida por milhares de rádios online, transmitindo música e notícias a todo o planeta.

Quem se aventura a guiá-lo precisa entender que as imagens do rádio são criadas na mente de cada ouvinte pelo locutor. E, para isso, o profissional deve dominar recursos de fala, texto, música, efeitos, e vinhetas sonoras. Na prática, os ouvintes de rádio veem por intermédio das palavras.

(Disponível em: <https://pautar.com.br/o-que-voce-precisa-saber-antes-de-escrever-para-o-radio/>)

Abaixo são feitas afirmativas sobre o texto em radiojornalismo:

- I. Recomenda-se sempre o emprego de palavras e expressões abstratas, como “mau tempo”.
- II. É dispensável a releitura do texto para observar ritmo e fluência.
- III. Deve-se escrever apenas uma ideia em cada sentença e evitar longas citações.
- IV. O texto deve estar preferencialmente na ordem direta: sujeito, verbo e predicado.

Marque a opção que representa a **resposta correta**:

- São verdadeiras apenas as afirmativas II e III.
- São verdadeiras apenas as afirmativas I e IV.
- São verdadeiras apenas as afirmativas I, II e III.
- São verdadeiras apenas as afirmativas II, III e IV.

- São verdadeiras apenas as afirmativas III e IV. (RESPOSTA CORRETA)

QUESTÃO

Julgue as afirmativas a seguir como verdadeiras (V) ou falsas (F).

- (**V**) O *clipping* é a matéria-prima do acompanhamento estratégico da imagem da instituição na mídia, servindo ainda como instrumento de medição do trabalho em assessoria de imprensa.
- (**F**) A *coletiva de imprensa* é um instrumento de comunicação institucional cujo objetivo principal é economizar tempo do assessorado, permitindo que atenda vários veículos de mídia em um só lugar e ao mesmo tempo.
- (**F**) Os termos *release*, *comunicado* e *nota oficial* são utilizados comumente para designar o mesmo tipo de documento. A nota oficial, contudo, se caracteriza, especificamente, por ser empregada para divulgar assuntos ainda inéditos para a imprensa.

Assinale a alternativa que corresponde à **ordem correta** de julgamentos das assertivas acima:

- F, F, V

- V, F, V

- V, F, F (RESPOSTA CORRETA)

- V, V, V

- F, F, F

QUESTÃO

Assessoria de imprensa não garante totalmente que qualquer instituição ou pessoa física aparecerá nos veículos de comunicação. Isso acontece porque a assessoria não compra espaços nos veículos de imprensa; essa é uma função da publicidade. A assessoria de imprensa conquista o espaço na mídia, sem envolver pagamentos. Este alcance é muito mais influente e de mais credibilidade para o público e, portanto, pode trazer melhores resultados à imagem do assessorado.

Para transformar um assunto potencialmente importante em matéria capaz de ser veiculada pelos meios de comunicação, a assessoria deve encaminhar para a mídia um (a)

- texto com características jornalísticas, contendo informações resultantes da apuração de fatos e informações reais de interesse da empresa. (RESPOSTA CORRETA)

- conjunto de informações com as quais se resolve um determinado problema de marketing do público atendido pela instituição.

- frase enfática capaz de resumir o conceito do serviço ou a essência da própria instituição.

- mensagem de venda com informações que ressaltem a qualidade de um determinado produto ou serviço.

- peça gráfica utilizada para atingir o público-alvo na residência ou no local de trabalho, informando as novidades da instituição.

QUESTÃO

As diferentes plataformas de redes sociais possuem linguagens próprias e características peculiares do público que as frequenta. Todas essas informações devem ser conhecidas e utilizadas

estrategicamente pelas empresas e instituições no cenário atual para que os objetivos de comunicação sejam plenamente atingidos.

Em relação às características, linguagens e utilizações das plataformas de mídias sociais mais fortes atualmente, é **correto** afirmar:

- Por suas características, o Twitter é a ferramenta mais adequada para divulgação de campanhas institucionais que exploram peças gráficas e vídeos e são destinadas a públicos mais jovens.

- O Instagram vem sendo largamente utilizado por empresas e instituições públicas para fortalecer a humanização da identidade de marca e criar laços de comunidade e proximidade com os públicos. **(RESPOSTA CORRETA)**

- Canais com conteúdo meramente factual e noticioso são os principais atrativos do YouTube enquanto plataforma de mídia social.

- O WhatsApp tem se consolidado como uma ferramenta de comunicação em massa, que pode substituir o Facebook em pouco tempo em razão das vantagens do primeiro sobre o segundo.

- Por ser uma rede social mais voltada ao texto, o Facebook não deve ser utilizado para divulgação de vídeos e fotos, pois o público lá presente não interage com esse tipo de publicações.

QUESTÃO

Um gênero jornalístico caracterizado pelo aprofundamento da notícia, com maior rigor na apuração de dados, na consulta às fontes, no planejamento e na redação do texto. Por se debruçar com mais tempo sobre pautas mais frias, esse mesmo gênero conta com uma variedade maior de recursos editoriais e explora a humanização da narrativa, podendo, inclusive, quebrar a ordem linear da construção jornalística tradicional.

Assinale a alternativa que indica **corretamente** o nome do gênero jornalístico descrito acima:

- Entrevista

- Nota

- Coluna de opinião

- Reportagem **(RESPOSTA CORRETA)**

- Artigo

QUESTÃO 10

As organizações em geral, como fontes emissoras de informações para seus mais diversos públicos, não devem ter a ilusão de que todos os seus atos comunicativos causam os efeitos positivos desejados ou são automaticamente respondidos e aceitos da forma como foram intencionados. [...] Daí a necessidade de ultrapassarmos a visão meramente mecanicista da comunicação para outra mais interpretativa e crítica. (KUNSCH, M. M. K. *Planejamento Integrado de Relações Públicas*. Cap. 2).

Há muitos motivos que levam uma empresa ou uma instituição a contratar uma Assessoria de Comunicação. Entre eles pode-se apontar:

I. O fortalecimento da inteligência emocional do assessorado, buscando a criação de uma massa pouco crítica a partir do que é divulgado na mídia para evitar, a qualquer custo, a publicação de informações críticas à imagem da empresa ou instituição.

II. A preparação de porta-vozes para concessão de entrevistas, condução de reuniões com público interno e outros *stakeholders* de forma a utilizar estratégias capazes de antever possíveis crises e, caso ocorram, conter seus efeitos negativos com agilidade e eficiência.

III. A atuação exclusivamente reativa, esperando os fatos ocorrerem para buscar a reparação de danos já causados por problemas ou crises, sejam elas previsíveis ou não.

IV. Os ganhos a curto, médio e longo prazo, decorrentes da elaboração e condução de planejamento estratégico de comunicação, pensado a partir das necessidades da empresa ou instituição e implementado de acordo com as características dos públicos.

Está **correto** o que se afirma apenas em

- II e IV (RESPOSTA CORRETA)

- I e II

- III

- I e IV

- III e IV