

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com base no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, julgue os itens seguintes, a respeito da conduta profissional do jornalista.

- 51 Conforme a cláusula de consciência, o jornalista pode se recusar a executar tarefas que agridam suas convicções.
- 52 O direito do jornalista de guardar o sigilo de suas fontes deixa de vigorar caso a informação prejudique a reputação de terceiros.
- 53 O jornalista deve preservar o idioma e a cultura brasileiros, de modo a valorizar a diversidade e as identidades culturais.

Conforme o disposto no capítulo IV do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o jornalista não deve

- 54 colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha.
- 55 acumular funções na mesma empresa, como as de repórter e fotógrafo, fotógrafo e diagramador, ou editor e repórter. Caso isso aconteça, o profissional deve receber um rendimento extra.

Constitucionalmente previsto, o Conselho de Comunicação Social (CCS) tem, entre outras, a atribuição de

- 56 analisar propagandas comerciais de tabaco e de bebidas alcoólicas, bem como as de medicamentos e terapias veiculadas pelos meios de comunicação do país.
- 57 realizar estudos, pareceres e recomendações ao Congresso Nacional a respeito dos temas relacionados à comunicação no Brasil.

No que se refere à comunicação pública, julgue os itens que se seguem.

- 58 O ouvidor, que atuou durante o período colonial brasileiro, pode ser considerado antecessor dos modernos *ombudsmen*.
- 59 As experiências de ouvidoria nos órgãos públicos brasileiros se enquadram entre os mecanismos de prestação de contas e responsabilidade social. Essas experiências visam fortalecer o exercício da cidadania.
- 60 As instituições públicas que não tiverem *ombudsman* ou seu correlato ouvidor podem ser punidas na forma da lei.
- 61 A função da ouvidoria na comunicação pública corresponde à do *ombudsman* nos veículos de comunicação. Se, na indústria informativa, o *ombudsman* opera como vigilante dos sistemas de comunicação, na comunicação pública a ouvidoria atende aos princípios da transparência e da qualidade no atendimento aos usuários.
- 62 A figura do *ombudsman* — mediador de interesses distintos — foi concebida originalmente na Suécia, vindo a surgir no Brasil como instância mediadora das distintas demandas dos cidadãos.

Com base no art. 220 da Constituição Federal de 1998 (CF), julgue os próximos itens, a respeito do direito à livre expressão.

- 63 As formas de expressão do pensamento e da informação não podem sofrer restrições dos poderes públicos, por isso os meios de comunicação social têm liberdade para formar sistemas de monopólio ou oligopólio.
- 64 Para publicar veículos impressos é necessário obter licença do governo local.
- 65 Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística, tanto nos grandes quanto nos pequenos veículos de comunicação social.

Considerando que um fotógrafo profissional tenha divulgado, na Internet, fotografias da intimidade de um artista sem autorização do retratado, julgue os itens subsequentes.

- 66 Os meios de comunicação social eletrônica também devem observar o art. 221 da CF, no qual se lê que o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família faz parte dos princípios da produção e da divulgação por meio desses veículos.
- 67 O artista tem o direito de exigir uma reparação. Quem determinará a forma dessa reparação será o juiz, que poderá obrigar o profissional a pagar indenização por danos morais.
- 68 A imagem de todo artista é um bem público, visto que ele normalmente se expõe nos meios de comunicação de massa.
- 69 Conforme a CF, somente é inviolável a intimidade dentro de casa.
- 70 Por ser fotógrafo profissional, o autor das imagens está legalmente protegido, uma vez que a CF garante a plena liberdade no exercício de qualquer trabalho jornalístico.

Julgue os itens a seguir, referentes à assessoria de comunicação nas organizações.

- 71 A relação entre a organização e os veículos de comunicação é facilitada pela assessoria de comunicação, a quem cabe o papel de orientar o cliente sobre o que pode ser notícia, interessando ou não aos veículos e à sociedade.
- 72 Entre as atribuições de uma assessoria de comunicação, seja ela própria da organização ou terceirizada, inclui-se a criação ou adaptação de instrumentos para mensurar os resultados das ações desenvolvidas junto à imprensa e aos demais *stakeholders*.
- 73 As condições de existência de uma organização, bem como a direção de seu movimento, são definidas pela comunicação que ocorre interna e externamente, visto que a comunicação é um elemento vital no processamento das funções administrativas de uma organização.
- 74 Com persistência, fazendo um trabalho de *lobby* junto aos colegas de redação, o assessor deve conquistar espaços específicos voltados ao público de interesse, de modo a cumprir uma das funções da assessoria de comunicação que é a de conseguir espaços na mídia.

Com relação a imagem e identidade institucionais, julgue os itens seguintes.

- 75 Imagem institucional é a forma como uma instituição quer ser percebida por seus públicos de interesse, de modo a representar toda sua essência, ou seja, aquilo que ela realmente é.
- 76 Identidade institucional é a forma como os públicos de interesse percebem uma referida instituição, empresa ou corporação.

No que se refere à comunicação nas organizações, julgue os itens subsequentes.

- 77 *Endomarketing*, também denominado comunicação interna, é uma ferramenta que pode ser usada de forma estratégica para alinhar os interesses da organização com os de seus colaboradores, no sentido de estimular a troca de experiências e informações, além de promover o diálogo e a participação de todos os níveis hierárquicos.
- 78 A empresa pode se utilizar de inúmeros instrumentos, entre eles o *house organ*, comumente chamado de jornal da empresa, para divulgar para seu público interno informações sobre a organização.
- 79 A realização de levantamento de dados é importante para o planejamento do trabalho de comunicação dentro de uma empresa, afinal, por meio de instrumentos como a pesquisa bibliográfica, pode-se estabelecer um diagnóstico inicial.
- 80 A qualidade da comunicação interna depende, entre outros fatores, da abertura e disponibilização de informações por parte da diretoria, tendo-se a verdade como princípio norteador.

Julgue os próximos itens, referentes à comunicação de crise.

- 81 Crises mais graves que impactam, de forma substancial, a imagem de uma empresa, e, na maioria das vezes, surgem de distorções acumuladas com o passar do tempo, são classificadas como ciclótomicas.
- 82 Em momentos de crise, a eficácia no relacionamento com a mídia é fundamental para se evitar o agravamento da situação e conquistar a boa vontade dos públicos de interesse. Nesse momento, não se deve evitar o assédio dos jornalistas, de maneira que entre as posturas a serem assumidas pelo assessor incluem-se a disponibilidade, a presença e a solicitude.

A respeito do uso da assessoria de imprensa no jornalismo institucional, julgue os itens subsecutivos.

- 83 Entre outros fatores, a eficácia no relacionamento da assessoria de imprensa com a mídia requer um *mailing list* atualizado que contenha as principais informações a respeito dos veículos ou até mesmo dos jornalistas, o que garante o acesso e o repasse de informações de forma direta.
- 84 No jornalismo institucional, as empresas direcionam a publicação de informações conforme suas necessidades, e evitam, em algumas situações, a divulgação de notícias que possam gerar dúvidas no que se refere à integridade da instituição.
- 85 O *press book*, comumente conhecido como *press kit*, consiste em um conjunto de materiais sobre o assessorado (fotografias, textos, *releases*, brindes, entre outros), organizados no formato de livro, para serem distribuídos aos jornalistas durante uma coletiva de imprensa ou outros eventos que envolvam a mídia.

No que se refere ao papel do assessor de imprensa, julgue os itens que se seguem.

- 86 O assessor tem o dever de estar atento às oportunidades de veiculação, evitando entrar em detalhes sobre as características de cada veículo e as peculiaridades de cada mídia, para não sobrecarregar o assessorado.
- 87 Um dos critérios para que o trabalho de uma assessoria de imprensa tenha credibilidade é o bom relacionamento do assessor com os veículos de comunicação e os jornalistas. Ao optar pela transparência e por uma atitude de colaboração, o assessor pode valorizar a informação e ajudar a conquistar a mídia espontânea.
- 88 A relação do assessorado, seja ele pessoa física ou jurídica, com os veículos de comunicação, deve ser coordenada pelo assessor, não envolvendo o cliente a fim de garantir sua integridade; cabendo à assessoria de imprensa definir quais os tópicos de interesse dos veículos e o que deverá ser divulgado.

Julgue os itens a seguir, relativos à rotina de assessoria de imprensa em uma organização.

- 89 O assessor deve manter o assessorado sempre informado das notícias sobre a empresa ou relacionadas a ela que são divulgadas na mídia, o que pode ser feito por meio do *clipping*.
- 90 A assessoria de imprensa pode estreitar o relacionamento da empresa assessorada com os veículos de comunicação, promovendo ações conhecidas como programas de visitas, em que o jornalista é levado pelo assessor para conhecer as instalações da empresa.
- 91 A prática conhecida como *press note* refere-se ao encaminhamento de propostas de matéria para os veículos de comunicação, de modo a se propor assuntos que devem, necessariamente, ser de interesse para o veículo e para a sociedade.
- 92 A nota oficial, que traz um tema a respeito da instituição, segue os padrões narrativos de uma nota, por ser mais curta que a notícia, ocupando geralmente um parágrafo. Contudo, diferentemente da reportagem ou da notícia, a nota oficial não é considerada de grande relevância pela redação dos veículos, embora seja de interesse público.

Com relação ao atendimento à imprensa e à organização de entrevistas, julgue os itens seguintes.

- 93 Na hora de preparar uma entrevista coletiva, é importante escolher um horário em que o assunto esteja plenamente consolidado e o assessorado tenha maior disponibilidade para atender aos jornalistas. Por fim, deve-se dar preferência para agendar as coletivas ao final do dia.
- 94 O treinamento conhecido como *media training* pode auxiliar no sucesso de uma entrevista junto à mídia, visto que, por meio desse treinamento, pode-se repassar ao assessorado orientações importantes sobre postura, discurso e trato com os repórteres.
- 95 Ao conceder uma entrevista a um repórter, o assessorado e sua assessoria de imprensa têm o direito de avaliar o conteúdo da matéria antes de sua publicação, a fim de decidir sobre o que será publicado.

Tendo em vista os princípios e os processos da produção jornalística, julgue os itens a seguir.

- 96 Erudição, ordem direta, clareza, concisão e modismos são princípios que devem nortear o texto jornalístico.
- 97 O processo de criação do texto jornalístico envolve o valor-notícia, que representa um dos critérios que compõem a noticiabilidade.
- 98 A escolha de notícias pelos jornalistas é compreendida, geralmente, dentro da teoria do *gatekeeping*, por meio da qual o profissional é visto como aquele que seleciona o que vai ou não ser publicado.
- 99 A ideologia do jornalista, seus valores e influências socioculturais estão intrinsecamente relacionados ao conceito de valor-notícia.
- 100 A circulação e o consumo são partes integrantes do processo de produção jornalística.
- 101 Dada a multiplicidade de fatores a ser considerada no conceito valor-notícia, é necessário que o processo de produção jornalística seja rigidamente pré-fixado para evitar distorções.

Acerca de características, técnicas e linguagens de produção jornalística, julgue os itens subsequentes.

- 102 Os princípios da linguagem das mídias tradicionais são extensivos ao texto do jornalismo na Web.
- 103 Por ser uma mídia imagética por excelência, o telejornalismo requer a sobreposição do texto do repórter ao vídeo já editado anteriormente.
- 104 A partir da tecnologia não linear, a chamada decupagem tornou-se obsoleta na edição televisiva jornalística.
- 105 Conforme o jargão televisivo, cozinhar significa reeditar uma matéria, de forma a atualizá-la para que seja levada ao ar.
- 106 Caso o repórter de TV seja designado para fazer uma suíte, a matéria deve ser iniciada com o fato antigo para situar o telespectador.
- 107 *Stand-up*, *roda VT-off*, *audio-tape*, nota coberta e registro, assim como a reportagem, são formas de apresentar o texto para TV.
- 108 A multimídia é característica das mídias virtuais e exclusividade do jornalismo *on-line*.

No que se refere às novas tecnologias da comunicação, julgue os itens que se seguem.

- 109 A distribuição de dados multimídia como imagem e áudio, recebidos em tempo real em uma rede por meio de pacotes via Internet, é conhecida como *QR Code*.
- 110 Usualmente, a oferta interativa dos meios jornalísticos *on-line* garante ao internauta a possibilidade participativa de modificar forma e conteúdo em tempo real.
- 111 No ciberespaço, a convergência de mídias também pode ser entendida como hibridização de tecnologias e linguagens.

A respeito de jornalismo na Internet ou Webjornalismo, julgue os próximos itens.

- 112 É possível incorporar arquivos multimídia de áudio e vídeo em texto para Web por meio de *embed*, uma *tag* HTML.
- 113 No Webjornalismo, é aconselhável que a gravação de um vídeo tenha menos movimentos e detalhes na imagem.
- 114 As ferramentas de banco de dados, associadas a linguagens de programação dinâmicas para apuração, edição e veiculação de informações, caracterizam o chamado Webjornalismo de quarta geração.
- 115 Diante do avanço tecnológico nas redações e da abrangência da Internet, o modelo clássico de apuração cada vez mais se confunde com a chamada apuração eletrônica.
- 116 No texto jornalístico para a Web é comum, e até aconselhável, o uso de mídias unidas por elos virtuais não sequenciais a fim de viabilizar diferentes direções de leitura.
- 117 A quebra da linearidade é uma das mais evidentes características do Webjornalismo.
- 118 A customização na Web é geralmente direcionada para satisfazer interesses individuais e não grupos com gostos semelhantes.

Em relação às mídias digitais e às mídias sociais, julgue os itens subsequentes.

- 119 O uso do aplicativo WhatsApp por veículos noticiosos pode ser compreendido como uma ferramenta na produção colaborativa de notícias.
- 120 *Trending topics* relaciona os temas mais acessados no Twitter a partir dos mecanismos de busca, de acordo com a preferência dos usuários.