



Prezado (a) candidato (a)

Coloque seu número de inscrição e nome no quadro abaixo:

Nº de Inscrição	Nome

LÍNGUA PORTUGUESA

CAPITAL HUMANO

Reinaldo Gomes*

1 Nunca em todo período da história houve demanda tão elevada por profissionais qualificados. Também nunca foi tão difícil manter esses profissionais dentro das corporações. Eles agregam valores às empresas e são considerados o principal capital.

2 Porém, essa visão ainda faz parte de um grupo seletivo. A maioria dos gestores, até o momento, não enxergou o valor desse capital humano e trata com desdém esse assunto. Muitos executivos atribuem o sucesso profissional à sua capacidade de escolher a pessoa certa para atuar no seu grupo. O sucesso de outros executivos deve-se à capacidade de manter sua equipe ordenada e produzindo harmoniosamente.

3 De fato, é muito difícil escolher a pessoa certa. Às vezes, você se depara com situações muito complicadas quando, por exemplo, um amigo está precisando de uma recolocação no mercado. Você sabe que aquele profissional não é a pessoa certa para atuar na sua equipe, mas, por outro lado, você é posto no paredão por si próprio e expõe a dúvida no ar: se eu posso ajudar o amigo, por que não dar uma chance? Por que não ajudar e tentar torná-lo o profissional ideal para a equipe, treinando-o e reciclando seus conhecimentos? Mas, não é bem assim que as coisas funcionam. Às vezes, a amizade é confundida com a hierarquia e, quando você tem de chamar a atenção por qualquer motivo, sua atitude não é bem aceita e a amizade começa a ser posta em jogo. Existe um velho ditado que se encaixa perfeitamente: "Amigos, amigos, negócios à parte".

4 O time deve atuar satisfeito, harmonioso e bem recompensado. De fato, quando você vê publicações sobre as melhores empresas para trabalhar, um dos itens avaliados é a harmonia interna da equipe em relação ao resultado. Quem avalia a melhor empresa são os próprios funcionários e, se o ambiente de trabalho não é harmonioso, isso recai sobre a empresa. Para chegar ao estágio de satisfação, houve primeiro a seleção da equipe. Não importa qual seja o seu negócio, seu produto, sua estratégia ou seu serviço, tudo é feito por pessoas que têm de ser escolhidas a dedo.

5 Quanto maior for o nível de qualificação profissional, maior é a produtividade, melhor é a qualidade e menor é o custo dos produtos e serviços gerados. Vem agora a parte também difícil: a manutenção de tudo isso. Para manter os bons profissionais, as pequenas e médias empresas oferecem em primeiro lugar, benefícios; em segundo, vem a remuneração

e, por último, investem em treinamento. Já as grandes – entenda, nem todas são assim – trazem, num pacote, só os benefícios, a remuneração e os treinamentos. Palavras como satisfação, motivação e reconhecimento fazem parte do vocabulário da área chamada de gestão de pessoas.

*Especialista em gestão corporativa e de pessoas e economia.

(Estado de Minas- 1º de Janeiro de 2011- Caderno Opinião- p. 9)

QUESTÃO 01

A idéia principal do texto está expressa em:

- a) A escolha do capital humano depende das afinidades pessoais.
- b) Pessoas qualificadas e motivadas ampliam visões de trabalho.
- c) A produtividade depende apenas do nível de satisfação pessoal.
- d) As grandes empresas facilitam níveis hierárquicos.

QUESTÃO 02

Infere-se **CORRETAMENTE** do texto que,

- a) o trabalhador deve ser considerado investimento empresarial.
- b) sinônimo de trabalho permeia atividades em equipe.
- c) individualidade na empresa antecipa progresso pessoal.
- d) a reciclagem no trabalho depende da influência hierárquica.

QUESTÃO 03

"Amigos, amigos, negócios à parte".

Indique a letra em que se dá **CORRETAMENTE** o valor semântico do ditado popular, no contexto do parágrafo:

- a) prioridade
- b) imparcialidade
- c) vulnerabilidade
- d) sensibilidade



QUESTÃO 04

Também nunca foi tão difícil manter esses profissionais dentro das corporações.

O termo negrito tem a equivalência de:

- adversidade
- condição
- temporalidade
- adição

QUESTÃO 05

Releia a seguinte passagem do texto:

O sucesso de outros executivos deve-se à capacidade de manter sua equipe ordenada e produzindo **harmoniosamente**.

O termo sublinhado tem a equivalência de:

- Advérbio
- Conjunção
- Adjetivo
- Substantivo

QUESTÃO 06

Marque a alternativa **ADEQUADA**, em relação ao tipo **PREDOMINANTE** do texto:

- Instrucional, pois prescreve e indica procedimentos.
- Descritivo, tendo em vista seu caráter lúdico e bem-humorado.
- Narrativo, pois veicula pontos de vista do autor, com marcas de temporalidade.
- Opinativo, uma vez que apresenta argumentos com relação à temática.

QUESTÃO 07

No primeiro parágrafo, a repetição da expressão “ nunca”, sugere, **principalmente**:

- Um jogo, contrariando as normas gramaticais.
- Um deslize com relação à escolha vocabular.
- Um recurso enfático, para que o leitor entenda efetivamente a mensagem.
- Um exagero, para causar idéia contrária ao que foi exposto na informação.

QUESTÃO 08

Observe as informações acerca do emprego dos sinais de pontuação:

- O uso das interrogações no terceiro parágrafo aponta uma situação argumentativa presente nos questionamentos do articulista.
- Os travessões no último parágrafo estão empregados em substituição a duas vírgulas que separam termos intercalados para lhes dar ênfase.
- As aspas no terceiro parágrafo se traduzem pelo uso da citação proverbial.

Está **CORRETO** apenas o que se afirma em:

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

QUESTÃO 09

A argumentação fundamentada entre os parágrafos 1 e 2 do texto se dá por meio de:

- estereótipos
- repertórios
- analogias
- intertextos

QUESTÃO 10

Palavras como **satisfação**, **motivação** e **reconhecimento** fazem parte do vocabulário da área chamada de gestão de pessoas.

A sequência dos termos negritos se dá por meio da classe gramatical do (a):

- substantivo
- adjetivo
- conjunção
- numeral

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

As questões 11 e 12 referem-se à LEI N° 8.429, de 02 de Junho de 1992 que dispõe sobre as sanções aplicáveis aos agentes públicos nos casos de enriquecimento ilícito no exercício de mandato cargo, emprego ou função na administração pública direta, indireta ou fundacional e dá outras providências.

QUESTÃO 11

Dos Atos de Improbidade Administrativa que Causam Prejuízo ao Erário assinala o ato que não corresponde aos elencados no art 10 da Lei.



- a) facilitar ou concorrer por qualquer forma para a incorporação ao patrimônio particular, de pessoa física ou jurídica, de bens, rendas, verbas ou valores integrantes do acervo patrimonial das entidades mencionadas no art. 1º desta lei;
- b) permitir ou concorrer para que pessoa física ou jurídica privada utilize bens, rendas, verbas ou valores integrantes do acervo patrimonial das entidades mencionadas no art. 1º desta lei, sem a observância das formalidades legais ou regulamentares aplicáveis à espécie;
- c) doar à pessoa física ou jurídica bem como ao ente despersonalizado, ainda que de fins educativos ou assistências, bens, rendas, verbas ou valores do patrimônio de qualquer das entidades mencionadas no art. 1º desta lei, sem observância das formalidades legais e regulamentares aplicáveis à espécie;
- d) permitir ou facilitar a aquisição, permuta ou locação de bem ou serviço por preço inferior ao de mercado;

QUESTÃO 12

Dos Atos de Improbidade Administrativa que Importam Enriquecimento Ilícito, assinale o ato que não corresponde aos elencados no art 9 da Lei:

- a) receber, para si ou para outrem, dinheiro, bem móvel ou imóvel, ou qualquer outra vantagem econômica, direta ou indireta, a título de comissão, percentagem, gratificação ou presente de quem tenha interesse, direto ou indireto, que possa ser atingido ou amparado por ação ou omissão decorrente das atribuições do agente público;
- b) perceber vantagem econômica, direta ou indireta, para facilitar a aquisição, permuta ou locação de bem móvel ou imóvel, ou a contratação de serviços pelas entidades referidas no artigo 1º por preço superior ao valor de mercado;
- c) perceber vantagem econômica, direta ou indireta, para facilitar a alienação, permuta ou locação de bem público ou o fornecimento de serviço por ente estatal por preço inferior ao valor de mercado;
- d) perceber vantagem econômica para intermediar ou não a liberação ou aplicação de verba pública de qualquer natureza.

QUESTÃO 13

Segundo Chiavenato (2004), Fayol, em seu livro "Administração Geral e Industrial", apresenta seis funções básicas que considera essenciais à toda empresa.

Numere a segunda coluna de acordo com a primeira, identificando as características de cada função e responda na ordem de cima para baixo.

- | | |
|----------------------|---|
| I - Técnicas | () procura e gerenciamento de capitais; |
| II - Comerciais | () coordenam e comandam as outras cinco, constituindo-se na mais importante; |
| III - Financeiras | () inventários, registros, balanços, custos e estatísticas; |
| IV - Segurança | () proteção e preservação de bens; |
| V - Contábeis | () compra, venda e troca de bens; |
| VI - Administrativas | () produção de bens ou serviços da empresa. |

- a) III, VI, V, IV, II, I.
- b) I, II, III, IV, V, VI.
- c) III, VI, V, II, IV, I.
- d) II, III, VI, V, I, IV.

QUESTÃO 14

A abordagem _____ baseia-se nos fundamentos de que a Administração é um processo operacional composto por funções de planejamento, organização, direção e controle e, porque envolve uma série de situações organizacionais, necessita estar baseada em princípios em que se possam prever soluções administrativas. Esses princípios básicos da Administração devem ter a característica da universalidade e, a exemplo de outras ciências, serem logicamente verdadeiros, porque irão, com o decorrer do tempo, sofrer alterações do meio ambiente no quais se colocaram à prova, (CHIAVENATO, 2004).

Escolha a opção que completa **CORRETAMENTE** a lacuna do texto.

- a) Científica;
- b) Clássica;
- c) Neoclássica;
- d) Contingencial.

**QUESTÃO 15**

Segundo Chiavenato (2004), a teoria comportamental fundamenta-se no comportamento individual das pessoas, para explicar o comportamento organizacional. Os autores dessa Teoria verificaram que o administrador precisa conhecer as necessidades humanas, para conhecer melhor o seu comportamento e poder usar a motivação como meio para melhorar a qualidade de vida dentro das organizações.

A Teoria Comportamental tem seus principais fundamentos a partir dos estudos e abordagem das ciências do comportamento humano individual, para explicar como as pessoas se comportam organizacionalmente. Esta Teoria, também, é conhecida como:

- a) Teoria das Relações Humanas;
- b) Teoria Behaviorista;
- c) Teoria das Contigências;
- d) Teoria Científica.

QUESTÃO 16

A questão abaixo refere-se aos Direitos e Garantias Fundamentais (CF art.5º ao 17º)

“é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal.”

O texto acima está:

- a) Completamente errado;
- b) Parcialmente errado;
- c) Completamente certo;
- d) Parcialmente fora da CF.

QUESTÃO 17

O servidor foi aprovado em concurso público para exercer o cargo de Agente Administrativo. Nomeado pelo prefeito mas não tendo nenhuma atribuição, momentaneamente, o funcionário foi colocado para atender aos contribuintes. Esta função é própria do atendente. De acordo com a LOM de Patos de Minas, o ato é:

- a) Legítimo, desde que não permanente;
- b) Legítimo, independente de ser permanente ou não;
- c) Vedado pela Lei Orgânica Municipal;
- d) O assunto não está contido na LOM de Patos de Minas.

QUESTÃO 18

Assinale a alternativa **INCORRETA**:

O Art. 70 da LOM prevê que a Lei Orgânica Municipal de Patos de Minas poderá ser emendada mediante proposta:

- a) de um terço, no mínimo, dos membros da Câmara Municipal;
- b) por iniciativa isolada do Prefeito Municipal;
- c) de, no mínimo, 5% (cinco por cento) do eleitorado do Município;
- d) de, no mínimo, 5% (cinco por cento) dos deputados estaduais.

As questões 19 e 20 baseiam-se nos conceitos da teoria da administração burocrática. Leia o texto e responda ao que se pede:

A Teoria da Burocracia surgiu na década de 1940, para suprir as críticas das teorias organizacionais existentes, especialmente a Teoria Clássica (excesso de mecanicismo) e a Teoria das Relações Humanas (sociológica e utópica em demasia). Segundo Chiavenato(2004), a origem da Burocracia data da Antiguidade, como visto nos primórdios da Administração, porém foi a partir da descoberta dos estudos de Max Weber, sociólogo e economista alemão, autor da Sociologia da Burocracia, e com a tradução inglesa e a divulgação nos EUA desses estudos, que a Administração e seus estudiosos, apropriaram-se dos conceitos da teoria weberiana adaptando-a aos pressupostos organizacionais administrativos da época.

QUESTÃO 19

São vantagens da burocracia, **EXCETO**:

- a) internalização das regras;
- b) racionalidade dos objetivos;
- c) precisão na definição do cargo e na operação;
- d) rapidez nas decisões.

QUESTÃO 20

São desvantagens da burocracia:

- a) decisões tomadas nas mesmas circunstâncias;
- b) uniformidade de rotina e procedimentos;
- c) apego aos regulamentos;
- d) continuidade da organização.



CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS - JORNALISTA

QUESTÃO 21

O jornalista Maurício Lara, no livro *As sete portas da comunicação pública* (2003), indica os caminhos que “permitem acesso ao assessor, à informação, à formação da imagem institucional, ao poder, aos recursos de publicidade”, entre outras coisas. Duas portas mencionadas pelo autor – Demanda interna e Comercial e mídia – têm relação direta por qual motivo?

- a) intercâmbio de informação com imprensa acarreta aumento das demandas internas da assessoria e do assessorado
- b) o tom de discurso é, além de outra porta da comunicação pública, essencial para ambas
- c) a relação com o público é primordial para qualquer organização. Por isso, ambas caminham para oferecer a boa convivência entre público e assessorado.
- d) cobranças institucionais exigem postura fria do assessor que, por sua vez, controla o planejamento financeiro que envolve o custo com a mídia.

QUESTÃO 22

É correto afirmar sobre o papel do correio eletrônico (e-mail), como ferramenta comunicacional e jornalística, pela seguinte assertiva:

- a) o e-mail permite o envio e recepção de informação de uma forma instantânea, dependendo da localização geográfica do remetente e do destinatário.
- b) o fato do e-mail ser pessoal constitui grande vantagem sobre o fax, já que o jornalista pode receber informações em absoluta confidencialidade.
- c) o correio eletrônico permite o contato rápido com as fontes de informação, fato que agiliza a dinâmica de edição de determinado conteúdo jornalístico.
- d) o correio eletrônico tem menos credibilidade que o fax enquanto recurso para jornalistas porque não permite a documentação dos contatos.

QUESTÃO 23

Qual o nome do documento oferecido por assessorias de imprensa para informar, anunciar, contestar, esclarecer ou responder à mídia sobre algum fato que envolva o assessorado?

- a) News letter.
- b) Checklist.
- c) Teasers.
- d) Release.

QUESTÃO 24

Entre as afirmativas abaixo, **HÁ UMA** que indica a possibilidade de se trabalhar discursos hipotéticos que, por sua vez, darão o tom de outras dinâmicas da comunicação organizacional. **MARQUE-A:**

- a) É importante ter sempre uma fonte alternativa para falar em nome do dirigente e valorizar o papel do jornalista.
- b) As fontes oficiais geralmente expressam o ponto de vista do indivíduo e não o da instituição para a qual trabalha.
- c) A função da assessoria de imprensa, como fonte de informação, é promover o marketing da empresa ou da instituição a que está ligada.
- d) O uso de fontes oficiosas é uma medida para complementar outras informações a serem emitidas por uma assessoria de imprensa.

QUESTÃO 25

Muito comum nas assessorias de imprensa, a dinâmica do *follow up* é cada vez mais recorrente, sobretudo em tempos de excesso de informação. Ela pode ser classificada como:

- a) uma reunião mensal de medição de resultados, baseada na análise de clipping.
- b) atualização semanal do relatório geral das atividades de Comunicação, para cada cliente da assessoria.
- c) elaboração de lista com endereços de jornalistas importantes.
- d) trabalho de contato telefônico do assessor para jornalistas a fim de obter retorno sobre release ou sugestão de pauta enviada.

QUESTÃO 26

Entendem-se, por funções do assessor de comunicação social, as tarefas contidas na seguinte alternativa:

- a) facilitar a relação entre o seu cliente e os formadores de opinião.
- b) coordenar ações de Relações Públicas, Imprensa, Publicidade e Propaganda e assimilar estratégias de marketing.
- c) orientar o assessorado sobre como os veículos de comunicação funcionam, como os jornalistas atuam e quais as características de cada mídia.
- d) nas relações assessorado-imprensa-cliente, o que vale é a credibilidade baseada na ética e no pressuposto de que para o jornalista de redação, a matéria-prima de seu trabalho é a informação com alto potencial de se transformar em notícia.



QUESTÃO 27

Analise as afirmativas abaixo que tratam de redação jornalística:

- I. Editorial é um gênero jornalístico investigativo.
- II. O release leva, às redações dos veículos de comunicação, informações das empresas assessoradas como uma sugestão de pauta.
- III. Notícia e reportagem guardam especificidades que as diferenciam.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

- a) Apenas I.
- b) Apenas II.
- c) Apenas III.
- d) Apenas II e III.

QUESTÃO 28

A pauta é um recurso importante tanto para o assessor de imprensa quanto para o veículo de comunicação. Leia as assertivas sobre ela abaixo:

- I. A pauta dirigida ao repórter deve oferecer o máximo possível de informação que o permita compreender melhor o fato a ser reportado.
- II. A pauta é normativa, estipula uma linha de ação que deve ser seguida e cumprida obrigatoriamente pelo repórter.
- III. A pauta é o desdobramento de uma notícia já publicada anteriormente que continue sendo de interesse jornalístico ou informativo.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

- a) Apenas I.
- b) Apenas II.
- c) Apenas III.
- d) Apenas I e II.

QUESTÃO 29

Os textos jornalísticos apresentam necessárias adequações de acordo com cada veículo para os quais são escritos. Aprecie as seguintes afirmações sobre eles:

- I. O texto televisivo permite a junção de três elementos: icônico, linguístico e sonoro.
- II. O texto radiofônico emprega fartamente recursos icônicos.
- III. O texto no jornalismo digital utiliza recursos multimídia, como áudio, texto, vídeo e animações.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

- a) Apenas I.
- b) Apenas II.
- c) Apenas III.
- d) Apenas I e III.

QUESTÃO 30

Entre as funções de uma assessoria de imprensa, dentro de determinada organização, pode-se afirmar que ela:

- I. Participa das estratégias de comunicação da instituição ou empresa.
- II. Edita periódicos destinados aos públicos externo e interno (boletins, revistas ou jornais impressos e on-line).
- III. Gerencia o planejamento financeiro e humano da instituição ou empresa.
- IV. Auxilia o assessorado para a perene e positiva manutenção da imagem institucional junto ao público externo.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

- a) Apenas I.
- b) Apenas II e IV.
- c) Apenas III.
- d) Apenas I, II e IV.

QUESTÃO 31

Em um texto telejornalístico, espera-se, do repórter, dinâmicas que priorizem:

- a) frases curtas, ordem direta e ausência de frases intercaladas.
- b) frases curtas, imperativas e sem artigos, para que haja sentido de ação e urgência.
- c) o público coletivo, que representa o conjunto da audiência, em detrimento de uma pessoa em particular.
- d) frases intercaladas que deem ritmo ao texto.

QUESTÃO 32

Heródoto Barbeiro e Paulo de Lima, no livro *Manual de Telejornalismo* (2003), descrevem, entre outros conceitos, a reportagem, por dever e método, como:

- a) a visão do jornalista investigativo.
- b) a soma de diferentes versões de um mesmo acontecimento.
- c) a acuidade de interpretação do repórter.
- d) a capacidade do jornalista de relatar um fato.



QUESTÃO 33

A jornalista Maristela Mafei, no livro *Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia* (2004), faz severas observações à contemporânea postura de alguns dirigentes organizacionais que adotam a estratégia “low profile”. Cabe ao assessor rever essa atitude junto ao assessorado, sobretudo quando se tratam de executivos que precisam prestar esclarecimentos ao público que o cerca, seja interno ou externo. O que é “low profile”?

- perfil de assessorado que desperta pouco interesse na mídia ou nas suas áreas de atuação.
- perfil de assessorado que faz questão de ser notabilizado em eventos de grande repercussão midiática.
- perfil de assessorado que evita aparições públicas e opta, na maioria das vezes, pelas frases “não tenho nada a declarar sobre isso”.
- perfil de assessorado que publica, rotineiramente, informações de vínculo estrito ao da organização que comanda.

QUESTÃO 34

Relacione, de forma numérica, a descrição dos cinco conceitos abaixo aos termos técnicos corretos que estão na sequência:

- Essa peça normalmente é elaborada para divulgar o lançamento de um novo produto, uma inauguração etc. É feita sempre com antecedência pela empresa apesar de ser distribuída à imprensa por ocasião do evento. Serve de informação aos jornalistas ausentes ao acontecimento, além de ser utilizado como apoio informativo àqueles que participem do evento. Além dos textos e das fotografias, (...) podem conter brindes, folhetos e outros. () Mailing
- É um apanhado de todos os nomes, endereços e outros detalhes de determinado público de interesse da empresa (ou instituição). () Clipping
- Pequeno comunicado enviado pela empresa para a imprensa, sem objetivo de publicação (...) a fim de criar uma atmosfera de curiosidade sobre o produto ou evento junto ao jornalista que o recebe, visando abrir caminho para os *press-releases* normalmente enviados posteriormente. () Press-kit
- Serviço de leitura e recortes de notícias para fornecimento a clientes/chefias. () Campanha
- Série de artigos ou matérias sobre determinado tema, visando sensibilizar a opinião das autoridades ou do público para o problema levantado. () Teaser

Assinale a alternativa que apresenta a numeração **CORRETA** de cima para baixo:

- 5 – 2 – 1 – 4 – 3.
- 4 – 2 – 1 – 5 – 3.
- 2 – 4 – 5 – 3 – 1.
- 2 – 4 – 1 – 5 – 3.

QUESTÃO 35

Abaixo, estão diversas assertivas acerca do conceito, da função e da estruturação do *release*, uma das principais peças jornalísticas de uma assessoria de comunicação:

- Todos os *press-releases* devem ser assinados por jornalista/comunicador responsável.
- O *release* é uma peça jornalística que exige a elaboração de um título.
- Os *releases* devem trazer a opinião e a posição de fontes de uma empresa/instituição pública ou privada.
- É ideal que um *release* chegue (ou fique disponível via Internet) a uma redação de veículo jornalístico após as 16 horas, para não atrapalhar o “pico” de produção das notícias diárias.
- Um *release* deve ser utilizado como dado para uma matéria mais completa elaborada por algum veículo de imprensa.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

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

QUESTÃO 36

Leia as seguintes assertivas a respeito dos procedimentos jornalísticos:

- Ao organizar uma entrevista coletiva, o jornalista na função de assessor de imprensa providencia o *press-kit*, agenda o local e o dia do evento, estipula o horário e faz o *follow up*.
- A pauta jornalística apresenta um histórico dos acontecimentos em questão, um roteiro de perguntas obrigatórias que devem ser respondidas durante as entrevistas do repórter e fontes, também obrigatórias, a serem consultadas.
- Hierarquizar as fontes de informação é fundamental na atividade jornalística.
- As reportagens em profundidade necessitam, em sua edição, do uso de um *box* ou *side*.
- O editorial de um jornal produzido por uma empresa/instituição é assinado pelo responsável principal da empresa/instituição.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

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



QUESTÃO 37

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) publicou, em 2007, o Manual de Assessoria de Comunicação. Por ele, fica claro que a função desse assessor é melhor desempenhada, sobretudo no preparo das fontes/empresas/instituições para produzir informação qualificada, por um jornalista. Por meio de parâmetros básicos de conduta, este manual indica diversas funções do assessor de comunicação, que compreendem, entre outras coisas, conhecer todas as peculiaridades das redações e saber captar o que é de interesse dos veículos e da sociedade.

Abaixo, estão algumas assertivas sobre o assunto para serem analisadas:

- I. A Assessoria de Imprensa não é departamento de vendas: sua função não é vender produtos, mas sedimentar marcas e ideias. Da mesma forma, o assessor não é “lobista” – não há garantias de que ele consiga espaços na mídia.
- II. Assessorias de imprensa lidam com informações. Portanto, precisam saber tudo o que se passa na empresa/instituição. O jornalista deve ser de confiança da direção da instituição/empresa.
- III. A empresa que conhece o funcionamento da mídia tem melhores condições de atendê-la com eficiência. Por isso, deve solicitar um treinamento específico sobre o assunto (mídia training).
- IV. A direção da instituição/empresa deve pedir ao repórter que tenha feito uma entrevista com um de seus membros para ler o texto antes de ser publicado, ou exigir que o assessor de imprensa faça isso, para verificar se o que será publicado é de interesse para o bom andamento da empresa/instituição.
- V. Algumas fontes demonstram constrangimento e medo em atender a imprensa. Se a situação é ou não de crise, a melhor maneira de atender à imprensa é ser autêntico, transparente e objetivo. Cabe ao assessor de imprensa orientar a fonte da instituição/empresa antes de ela falar ao repórter.

É **CORRETA** a seguinte afirmação:

- a) Todas as assertivas estão corretas.
- b) Apenas II, III e IV estão corretas.
- c) Apenas I e IV estão corretas.
- d) Apenas I, II, III e V estão corretas.

QUESTÃO 38

Relacione, de forma numérica, a descrição dos cinco conceitos técnicos, relacionados à produção de um site jornalístico institucional, aos termos usualmente empregados pelo mercado de trabalho que estão na sequência:

1. Ideal para fotografias na Internet, pois o tamanho do arquivo diminui bastante sem perdas perceptíveis de qualidade. () FTP
2. Formato de arquivo gráfico para utilização on-line, compactando bastante os elementos gráficos. () GIF
3. Protocolo de rede utilizado para fazer *download* (copiar dados do servidor remoto para o cliente local) e *upload* (do cliente local para o servidor remoto). () FAQ
4. Endereço usado para localização de um arquivo na Internet. () URL
5. Respostas às perguntas mais frequentes. () JPEG

Assinale a alternativa que apresenta a numeração **CORRETA**, na ordem de cima para baixo:

- a) 3 – 2 – 5 – 4 – 1.
- b) 3 – 5 – 1 – 4 – 2.
- c) 5 – 2 – 4 – 1 – 3.
- d) 2 – 3 – 1 – 4 – 5.

QUESTÃO 39

Convergência de mídia é expressão de ordem, atualmente, para qualquer veículo de comunicação e, sobretudo, para as organizações que queiram se comunicar. Portanto, uma assessoria de imprensa, para desempenhar com louvor o seu papel, conta com as mídias tradicionais agregadas à instantaneidade da internet. A adequação do discurso às peculiaridades de cada veículo ou ao somatório deles é fundamental. Leia e identifique, por meio da conceituação dos discursos empregados, os veículos mencionados e os relacione, numericamente, com a coluna que está logo abaixo.

1. Linguagem emocional e informativa, com pouca eficiência em mensagens demonstrativas. Presta-se muito bem para a fixação de conceitos. Apresenta diferenciais positivos importantes: baixo custo de produção, boa cobertura regional e local, instantaneidade na transmissão e autonomia de recepção. Necessita de exposição duradoura para obter efeitos.
2. Mídia muito segmentada e, portanto, altamente seletiva, o que permite focar bastante o público-alvo. Geralmente de repercussão nacional, representa um grande desperdício de verba para anunciantes locais e/ou regionais. Reproduz melhor os anúncios.
3. Informação veiculada nesta mídia pode ser feita de forma gradual, de acordo com o nível de interesse de cada pessoa. Esse conceito permite a combinação da capacidade de assimilação com o interesse, criando uma experiência de comunicação personalizada e positiva. Antes de se começar a redigir para essa mídia, é necessário um projeto de arquitetura, para melhor organizar e hierarquizar as informações.



4. Conteúdo de importância vital e, por isso, a transmissão da idéia precisa ser clara. Porém, é preciso compreender a importância da “embalagem” que envolve esse conteúdo. Nesse veículo, não se pode separar o que se quer dizer de produção da técnica para transmitir informações de maneira eficiente.
5. Tem apelo universal, maleabilidade, ação rápida e intensa, fácil controle de veiculação. Porém, é consumido sempre com pressa, tem vida útil curta e sua circulação é quase sempre regional ou local.

- () Revista.
() Televisão.
() Rádio.
() Internet.
() Jornal.

Assinale a alternativa que apresenta a numeração **CORRETA**, na ordem de cima para baixo:

- a) 1 – 4 – 2 – 3 – 5.
b) 5 – 3 – 4 – 2 – 1.
c) 2 – 4 – 1 – 3 – 5.
d) 4 – 2 – 3 – 5 – 1.

QUESTÃO 40

Leia as seguintes assertivas que tratam dos instrumentos usados em uma assessoria de Imprensa. Marque V, para as opções verdadeiras, e F, para as falsas.

- () O release é particularmente importante quando se pretende divulgar informações a um número reduzido de veículos.
- () Os workshops são estrategicamente relevantes para que o assessorado conheça melhor assuntos relacionados à imprensa.
- () Por princípio de agilidade, o clipping restringe-se, contemporaneamente, a coletar textos impressos sobre o assessorado.
- () O bom relacionamento com os veículos noticiosos deve prever contrapartidas financeiras que garantam imagem positiva.
- () A concentração de anúncios em determinados períodos é mais eficiente por garantir maior retenção das informações veiculadas.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**, na ordem de cima para baixo:

- a) (V) (V) (F) (V) (F)
b) (F) (F) (F) (F) (V)
c) (V) (V) (V) (V) (F)
d) (F) (V) (F) (F) (F)



REDAÇÃO

NA PROVA DE REDAÇÃO, DEVEM SER OBSERVADOS OS SEGUINTEs ITENS:

1. Assine somente o cabeçalho da folha de redação definitiva e não deixe pistas de identificação no corpo da mesma, caso isso ocorra, a prova escrita será anulada;
2. Somente serão corrigidas as redações escritas com caneta esferográfica azul ou preta;
3. Não será permitido o uso de lápis borracha ou corretivo de texto;
4. Produza o texto nos padrões da modalidade escrita da língua e do gênero textual correspondente ao comando da prova;
5. Neste caderno, consta um espaço para rascunho da redação;
6. Não serão distribuídas folhas suplementares para rascunho nem para textos definitivos;
7. A Folha de Redação Definitiva não pode ser utilizada no verso;
8. A redação deve apresentar título;
9. Não será corrigida, por motivos óbvios, redação com letra ilegível;
10. A escrita deve ser contínua, sem linhas em branco, nem mesmo para separar parágrafos;
11. Caso utilize a folha de rascunho, o texto definitivo deve ser transcrito no impresso próprio.

PROPOSTA:

O livro *Alice no País das Maravilhas*, publicado em 1864, traz um contemporâneo diálogo entre a personagem principal e um gato. Esse colóquio, traduzido de forma livre abaixo, é comumente relacionado à prática de produção e de consumo da mídia:

- *Gato, qual o caminho correto?*
- *Depende, Alice, para onde você quer ir?*
- *Não sei, estou perdida.*
- *Para quem não sabe aonde quer ir, então qualquer caminho serve!*

Produza um texto dissertativo – argumentativo e relacione os conceitos de “convergência de mídia”, “coemissor” e “excesso de informação”. Considere que a produção do texto será veiculada no caderno “Opinião” de um jornal de grande circulação nacional e dedicada à discussão da seguinte temática: O PAPEL DO JORNALISMO NO SÉCULO XXI.



REDAÇÃO - FOLHA DE RASCUNHO

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30