



*Tribunal Regional do Trabalho
da 19ª Região – Alagoas*

**PROCESSO SELETIVO PARA
ESTAGIÁRIOS DO CURSO DE
JORNALISMO - 16/04/2016**

Nome do Candidato

Nº. Insc.

ATENÇÃO

01. Escreva o seu nome e nº. de inscrição no local indicado acima;
02. A prova terá duração de 3 (três) horas;
03. Os fiscais não prestarão informações referentes ao conteúdo e aos critérios de avaliação das provas;
04. No cartão de respostas, marque a opção desejada com caneta esferográfica azul ou preta;
05. Questões com mais de uma resposta ou rasuradas serão anuladas;
06. O caderno de prova poderá ficar em poder do candidato que se retirar após duas horas de prova;
07. O gabarito estará disponível no site www.trt19.jus.br no dia 18/04/2016. Não serão prestadas informações por telefone;
08. O candidato não poderá ausentar-se da sala de prova sem o acompanhamento de um fiscal, sob pena de ser eliminado do certame;
09. Não será permitido ao candidato fumar na sala de provas, bem como nas dependências do local de prova;
10. Não se comunique com seus colegas durante a prova. Não será permitido o uso de telefone celular, livros ou qualquer material digital ou de consulta. A infração destes itens implicará a desclassificação imediata do candidato;
11. Os três últimos candidatos deverão permanecer na sala de prova e somente poderão sair juntos do recinto após as suas assinaturas em Ata.

I - ASSESSORIA DE IMPRENSA

QUESTÃO 1

O organograma de uma empresa, órgão público, instituição ou entidade que disponha de um estruturado departamento de comunicação deve seguir a esta respectiva hierarquia:

- a) Assessoria de Imprensa, Publicidade de Propaganda, Assessoria de Comunicação e Relações públicas.
- b) Relações Públicas, Assessoria de Comunicação, Assessoria de Imprensa e Publicidade e Propaganda.
- c) Assessoria de Comunicação, Publicidade e Propaganda, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas.
- d) Assessoria de Comunicação, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Assessoria de Imprensa.

QUESTÃO 2

Na estrutura de uma assessoria de comunicação, cabe ao assessor de imprensa realizar especificamente atividades do tipo:

- a) Elaborar *releases*, *press-releases*, sugestões de pauta e artes relacionadas à criação de outdoors e *web-banners*.
- b) Organizar *mailing list*, *clipping* de notícias, participar da estratégia de comunicação e elaborar *press kit*.
- c) Elaborar *releases*, *press-releases*, sugestões de pauta e cuidar da organização e ornamentação dos locais de realização de eventos e cerimônias solenes.
- d) Organizar coletivas, acompanhar entrevistas de seus assessorados, produzir o layout e comunicação visual dos *Houses Organs* e fazer matérias jornalísticas.

QUESTÃO 3

Acerca da ferramenta utilizada frequentemente pela assessoria de imprensa denominada *clipping*, assinale a alternativa **correta**:

- a) Levantamento das matérias publicadas nos veículos de comunicação, organizado a partir da leitura, acompanhamento e seleção das notícias que interessam ao assessorado.
- b) Resumo das notícias veiculadas nos jornais e revistas de maior circulação. Também se faz resumo de publicações específicas da área de interesse do jornal de maior circulação.
- c) Informe sucinto enviado aos veículos de comunicação a respeito de determinado assunto de interesse para o veículo e à sociedade.
- d) É a ferramenta que a assessoria usa para organizar as informações que está divulgando. Trata-se de um texto, cuja essência é a informação.

QUESTÃO 4

O release é:

- a) Conjunto informativo que pode conter texto, fotografias e outros materiais para divulgação de fato jornalístico.
- b) Arquivo de fotos com linguagem jornalística e qualidade para impressão e publicação na Internet.
- c) Texto informativo distribuído à imprensa pessoalmente ou por meios digitais.
- d) Texto curto e objetivo para comunicar evento que possa interessar à mídia.

QUESTÃO 5

Ao redigir um release para envio à imprensa, o assessor deve levar em conta que:

- a) É a solução para qualquer problema de comunicação.
- b) Quanto maior o número de *releases* emitidos e de adjetivos nele contidos, melhor será a qualidade do trabalho da assessoria.
- c) O importante é cumprir cotas, satisfazer o ego do contratante e garantir qualquer citação na mídia.
- d) A notícia deve ser apresentada sob o ponto de vista da fonte, mas adaptada ao ângulo e formato que aumentem as possibilidades de despertar interesse dos jornalistas e ampliem as chances de inserção da notícia nos meios de comunicação de massa.

QUESTÃO 6

Assinale a alternativa que **não** representa um critério para aproveitamento de *releases* nas redações:

- a) Ter interesse comercial.
- b) Ser novidade.
- c) Interesse público.
- d) Exclusividade.

QUESTÃO 7

São princípios básicos a serem seguidos pelo profissional que atua na assessoria de comunicação/imprensa, **exceto**:

- a) Transparência nas relações com a imprensa e na administração de conflitos.
- b) Agir como um facilitador, interlocutor e mediador nas relações dos jornalistas com a instituição e as fontes.
- c) Valorizar o papel do jornalista, sempre que possível com bajulação.
- d) Eficiência e rapidez no retorno das informações solicitadas.

QUESTÃO 8

É uma boa prática no relacionamento entre o assessorado e a imprensa:

- a) Pressionar o repórter e forçar situações.
- b) Estar disponível e facilitar o trabalho do jornalista.
- c) Recusar-se a dar entrevistas por telefone, pois além de ser um desprestígio, o encontro pessoal é a melhor maneira de realizar uma entrevista.
- d) Usar sempre linguagem técnica e rebuscada para demonstrar conhecimento.

II. TÉCNICAS DE REPORTAGEM E ENTREVISTA
--

QUESTÃO 9

Acerca dos aspectos relacionados à elaboração de entrevistas:

I. Entrevista é uma técnica de pesquisa que visa obter informações de interesse a uma investigação, onde o pesquisador formula perguntas orientadas, com um objetivo definido, frente a frente com o respondente e dentro de uma interação social.

II. Na fase de preparação do roteiro, o ordenamento das perguntas deve favorecer o rápido engajamento do respondente na entrevista.

III. O registro das respostas prescinde de anotação ou gravação, tendo em vista que a anotação posterior não esbarra nos limites de memória, bem como na distorção de informações decorrentes dos elementos subjetivos que se projetam na reprodução da entrevista.

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

- a) I e II
- b) I, II e III
- c) I
- d) II e III

QUESTÃO 10

Sobre a técnica do lead, é **incorreto** afirmar:

- a) Trata-se do primeiro parágrafo de um texto jornalístico com a introdução resumida do conteúdo pelo ângulo do que é mais importante.
- b) Traz a essência da notícia, um resumo, geralmente respondendo pelo menos às perguntas: o quê, quem, quando, onde, como e por quê.
- c) É a frase destacada sob o título principal, na forma de um texto curto que destaca os aspectos mais importantes abordados na reportagem.
- d) Trata-se de uma palavra inglesa aportuguesada como lide e que tem a função de guiar o leitor, despertando-o para o que virá pela frente.

QUESTÃO 11

Quanto aos seguintes termos utilizados no universo jornalístico, qual **não** está correto:

- a) Gancho - trecho do texto destacado no meio da página, que pode ser uma declaração marcante de alguém envolvido com o assunto ou uma informação que merece algum destaque.
- b) Furo – Notícia dada com exclusividade.
- c) Pool – Grupo de jornalistas reunidos numa cobertura importante que, pelas circunstâncias, não comporta a presença de todos nela interessados ou para ela credenciados. Tem o compromisso de informar aos colegas excluídos da cobertura.
- d) Barriga – Publicação de grave erro de informação.

QUESTÃO 12

Sobre as entrevistas coletivas, é **correto** afirmar que:

- a) São inúteis em situações emergenciais, quando muitos jornalistas procuram a organização ao mesmo tempo.
- b) Só devem ser convocadas em casos extraordinários, em que há necessidade de reunir jornalistas de vários veículos, ao mesmo tempo, para passar notícias relevantes e de interesse público imediato ou para casos especiais de lançamentos, assinaturas de contratos ou evento similar.
- c) Não cabe ao assessor, mas ao assessorado, a atribuição de avaliar adequadamente os riscos e vantagens da coletiva e orientar sobre sua validade.
- d) Se as perguntas não estiverem relacionadas ao assunto, o assessor de imprensa não pode interferir e pedir para que se mantenha o foco da coletiva.

III. CÓDIGO DE ÉTICA

QUESTÃO 13

O Código de Ética dos Jornalistas foi criado no ano de 1985. Esse importante instrumento tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Em estrita observância ao artigo 2º do Código, identifique a alternativa **correta**:

- a) A divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e de qualquer jornalista, seja ele portador de diploma ou não, e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica privada, mas com observância da linha política de seus proprietários e/ou diretores.
- b) A prestação de informações pelas organizações públicas, privadas, de caráter militar ou religiosas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.
- c) A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão

de ética competente, aos diretores dos meios de comunicação e ao órgão do Ministério Público para garantir o sigilo do denunciante.

- d) A produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público.

QUESTÃO 14

Não é dever dos jornalistas:

- a) Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.
- b) Divulgar os fatos e as informações de interesse público.
- c) Colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha, exceto se o interesse da divulgação da notícia seja de relevante interesse social.
- d) Defender o livre exercício da profissão.

QUESTÃO 15

O Código de Ética, em seu artigo 16, dispõe sobre a competência da Comissão Nacional de Ética.

I – Julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos.

II – Tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional e internacional que firam a ética jornalística e sua conduta nos meios públicos.

III – Fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código.

IV – Receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Conselho Internacional de Imprensa.

V – Processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética, dos Direitos Humanos e das comissões de ética dos sindicatos ligados às grandes empresas de comunicação.

Quanto às atribuições descritas acima, é **correto** afirmar que compete à Comissão:

- a) As atribuições constantes nos incisos I e II.
- b) As atribuições constantes nos incisos I e III.
- c) Somente a IV.
- d) As atribuições constantes nos incisos IV e V.

IV. TEORIAS DO JORNALISMO

QUESTÃO 16

Sobre as teorias do jornalismo, identifique abaixo a única questão **correta**.

- a) Na literatura acadêmica sobre o jornalismo, a primeira teoria que surgiu foi a do *newsmaking* na década de 1950.
- b) A teoria do *gatekeeper* analisa a notícia sobre o ponto de vista de toda a cadeia colaborativa que a produziu.
- c) A teoria do *gatekeeper* também é conhecida com a teoria da ação coletiva.
- d) O processo de produção da informação é concedido como uma série de escolhas onde o fluxo da notícia tem de passar por diversos Gates, isto é, portões, que não são mais que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper* vai decidir se vai escolher esta notícia ou não.

QUESTÃO 17

Sobre a teoria da Agenda *Setting*, assinale a alternativa que melhor define seu conceito:

- a) É uma das formas pela qual a mídia pode ter um efeito no público. É a ideia de que a mídia jornalística, pela apresentação de notícias, vem a determinar os assuntos sobre os quais o público pensa e conversa.
- b) É uma das formas pelo qual o público apresenta seu efeito sobre a mídia. Nesse caso, o público pauta todo o processo de referência da notícia.
- c) Representa uma das maneiras que as empresas traçam seu plano de ação para atrair espaço publicitário e conseguir uma verba publicitária maior do que a concorrência.
- d) Significa uma agenda superpositiva focada no compromisso de produzir conteúdos relacionados ao público eclético.

QUESTÃO 18

Sobre as diversas Teorias do Jornalismo, assinale a alternativa **incorreta**:

- a) A Teoria do *Gatekeeper*, também conhecida como Teoria da Ação Pessoal, defende que o fluxo de notícias passaria por ‘*gates*’ ou ‘portões’, e o editor das redações agiria como “porteiro”, ou *gatekeeper*, selecionando o que será ou não publicado.
- b) Para a Teoria do *Gatekeeper*, a informação candidata a notícia, para ser divulgada, teria que passar pelos filtros subjetivos e arbitrários do *Gatekeeper*, pelo poder individual do jornalista.
- c) Segundo a Teoria do Agendamento, o público tende a considerar os assuntos veiculados na mídia como os mais importantes, “agendando” as suas conversas por eles. Pressupõe que a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos.
- d) Segundo a Teoria do *Newsmaking*, a execução do trabalho é concentrada num só jornalista, para que seja minimizado o suposto paradigma de “manipulação da notícia”.

QUESTÃO 19

Surgiu em 1950 e foi aplicada ao jornalismo por David Manning White. O fluxo de notícias passaria por uma seleção, feita pelo editor das redações, que elege o que será ou não publicado. Trata-se da Teoria:

- a) *Newsmaking*.
- b) *Gatekeeper*.
- c) Do espelho.
- d) Espiral do silêncio.

QUESTÃO 20

Os pressupostos da Escola resultaram na vertente denominada interacionismo simbólico, que se refere “ao estudo das significações elaboradas pelos atores sociais no contexto das interações sociais. Para ele, os indivíduos agem a partir dos significados que atribuem às pessoas e às coisas enquanto interagem...” (Sousa, 2006, p. 206).

O texto refere-se a pensamentos de teóricos da Escola de:

- a) Escola de Frankfurt.
- b) Escola Canadense.
- c) Escola Francesa.
- d) Escola de Chicago.

V. GÊNEROS JORNALÍSTICOS

QUESTÃO 21

Assinale a alternativa que melhor define o conceito de notícia.

- a) Preocupação com a divulgação imediata dos fatos, em algumas ocasiões fundamentada em pesquisa, opinião e texto longos.
- b) Relato baseado em pesquisa bem elaborada, focado no aprofundamento social e conjuntural do fato, pelo qual a análise do autor desempenha importante papel.
- c) Relato de um fato ou evento cuja pretensão é descrevê-lo de modo mais ou menos uniforme, evitando explicitar a opinião do autor.
- d) Relato baseado em pesquisa abrangente, relativamente longo, focado no aprofundamento social e conjuntural do fato, pelo qual a análise do autor desempenha importante papel.

QUESTÃO 22

O enunciado a seguir é referente a uma situação hipotética, ou seja, o personagem é fictício – criado unicamente para embasar o conteúdo da questão. O jornalista Raimundo da Silva é um profissional bastante conhecido em sua cidade. Diariamente, ele escreve principalmente sobre política, emitindo opinião e disparando notícias sobre o cenário político do Estado e, em plano secundário, sobre cidades, economia etc. Sempre se serve de textos curtos. Assinale abaixo qual é o nome do espaço utilizado pelo jornalista no jornal.

- a) Coluna.
- b) Editorial.
- c) Opinião.
- d) Artigo.

VI. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

QUESTÃO 23

De acordo com a teoria da organização, a acomodação do jornalista na organização se dá por seis motivos:

- a) Perspectiva de crescimento, medo de perder o emprego, possibilidade de responder a processo, análise limitada da realidade, repúdio a movimentos subversivos e dificuldade de relacionamento interno.
- b) Autoridade e sanções; hierarquia e referência superior; promoção profissional; ausência de conflitos de grupos; prazer pelo trabalho e notícias como valor estimulando a solidariedade (orgânica) entre os jornalistas da direção e os da redação.
- c) Exacerbado amor à profissão, capacidade de articulação e resignação com a rotina de trabalho, dificuldade de relacionamento interno, ausência de tempo para se articular, conformismo com a rotina e concordância com ordens superiores, mesmo eivadas de ilegalidade.
- d) Carga excessiva de trabalho, falta de apoio sindical, presunção de superioridade, dificuldade de articulação, promoção pessoal e perspectiva de deixar o emprego.

QUESTÃO 24

As funções básicas na redação de um jornal obedecem ao respectivo grau de hierarquia:

- a) Diretor-presidente, editor-chefe (geral), editores (editorias), chefe de reportagem, pauteiro (produtor) e repórter.
- b) Diretor-presidente, editores (editorias), editor-chefe (geral) chefe de reportagem, repórter, pauteiro (produtor).

- c) Editor-chefe (geral), chefe de reportagem, diretor-presidente, pauteiro (produtor), repórter e editores (editorias).
- d) Chefe de reportagem, editor-chefe (geral), chefe do conselho de *marketing*, diretor-presidente, pauteiro (produtor), editores (editorias) e repórter.

QUESTÃO 25

São modalidades que permeiam as atividades da comunicação organizacional, **exceto**:

- a) Comunicação institucional.
- b) Comunicação mercadológica.
- c) Comunicação administrativa.
- d) Comunicação oral.

VII. TÉCNICAS DE REDAÇÃO JORNALÍSTICA
--

QUESTÃO 26

A prática contemporânea do jornalismo comporta uma variedade muito grande de tipos ou modelos de reportagem. A Reportagem dos fatos (*fact-story*) está inserida entre esses modelos. Assinale a alternativa que melhor define o seu conceito.

- a) Trata-se do relato objetivo de acontecimentos, que obedece na redação à forma da pirâmide comum. Como na notícia, os fatos são narrados em sucessão, por ordem de importância ou cronologicamente. Em reportagens televisivas, quando se cobrem grandes acontecimentos, a edição parte do anúncio do fato, mas pode fazer de cada parte seguinte uma pequena subnota.
- b) Trata-se do relato objetivo de acontecimentos, que obedece na redação à forma da pirâmide invertida. Como na notícia, os fatos são narrados em sucessão, por ordem de importância ou cronologicamente. Em reportagens televisivas, quando se cobrem grandes acontecimentos, a edição parte do anúncio do fato, mas pode fazer de cada parte seguinte uma pequena notícia independente.
- c) Refere-se a uma descrição social, de caráter factual, com uma forte abrangência dos aspectos sociais. Esse modelo também privilegia o factual.
- d) Procura pormenorizar os fatos, com um enfoque direcionado ao público específico do meio de comunicação emissor da notícia.

QUESTÃO 27

O estilo que alterna o resumo do repórter com a fala do entrevistado é chamado de reportagem:

- a) *Standard* Acontecimento.
- b) *Layout* de citações.
- c) *Standard* de citações.
- d) *New persone*.

QUESTÃO 28

A linguagem jornalística, segundo os estudiosos, caracteriza-se por apresentar textos com:

- a) objetividade, precisão e adjetivação.
- b) concisão, clareza e precisão.
- c) clareza, nexos e subjetividade.
- d) concisão, opinião e precisão.

VIII. TÉCNICAS E CARACTERÍSTICAS DO TELEJORNALISMO E DO RADIOJORNALISMO

QUESTÃO 29

No telejornalismo, a “cabeça da matéria” ou “cabeça do VT” é:

- a) O texto lido pelo apresentador para “chamar” a reportagem, servindo como introdução do assunto antes da entrada do VT.
- b) A passagem do repórter, ao vivo, no local onde o fato tratado esteja acontecendo, com a presença de entrevistados.
- c) A lauda que reúne informações para que o repórter faça a reportagem na rua.
- d) O aparelho ou software que produz os geradores de caracteres, recebendo esse nome usual justamente pelo fato de funcionar como a cabeça que impulsiona todo o sistema.

QUESTÃO 30

É característica do radiojornalismo:

- a) A apresentação da mensagem ao ouvinte deve dar a impressão de que o radialista está lendo para ele.
- b) Texto que prenda a atenção do ouvinte, sendo suficiente redigir um bom texto, lido por um bom timbre de voz.
- c) A escrita do texto preferencialmente na ordem direta e sem frases muito longas, para que não dificulte a respiração do locutor e o entendimento do ouvinte.
- d) A voz como fator irrelevante na construção da credibilidade jornalística.

QUESTÃO 31

No que se refere à importância da voz para a construção da credibilidade, consideram-se importantes alguns aspectos, **exceto**:

- a) Inteligibilidade.

- b) Imparcialidade.
- c) Exatidão.
- d) Retórica.

QUESTÃO 32

Quanto aos seguintes termos próprios do telejornalismo, está **incorretamente** definido:

- a) Nota coberta – notícia rápida sem ilustração que o repórter faz. É fora da bancada. Pode ser simples ou com entrevistado.
- b) Cabeça – notícia sintética de introdução da reportagem, cuja última frase da cabeça contém a deixa para o início do VT.
- c) Teaser – aparição do repórter ou imagens durante a escalada.
- d) Escalada – as manchetes do dia.

IX. COMUNICAÇÃO PARA PERÍODOS DE CRISE

QUESTÃO 33

Em princípio, as instituições deveriam ter um manual de crise no qual se estabelecem os mecanismos básicos para abordar situações contingentes, imediatamente depois de ocorrido o fato.

Não deve fazer parte do plano de ação do consultor de comunicação:

- a) Estabelecer um mecanismo de monitoração imediata em todos os meios para comprovar o alcance da crise.
- b) Propor o plano de ação para o relançamento da imagem corporativa que contemple a todos os públicos.
- c) Fazer reservas sobre dados fundamentais para minimizar o acontecimento.
- d) Determinar a sequência e a coerência da comunicação, caso se trate de uma crise com extensão no tempo.

QUESTÃO 34

Não é uma atitude de comunicação correta em período de crise:

- a) Antes de comunicar para fora, comunicar para dentro (funcionários).
- b) Utilizar os grandes discursos para explicar o que está acontecendo, ao invés de optar por mensagens curtas e simples, que podem deixar dúvidas.
- c) Adotar a comunicação face a face como ferramenta de esclarecimento de dúvidas e preocupações, surgimento de ideias e que permite feedback.
- d) Não deixar o jornalista sem retorno.

X. JORNALISMO EMPRESARIAL

QUESTÃO 35

São características do jornalismo empresarial citadas por Rego (1987), **exceto**:

- a) Política empresarial.
- b) Periodicidade mais longa.
- c) Acervo de conteúdos que interessem à empresa e à comunidade empresarial.
- d) Carga generosa de elementos para uso intelectual, emocional ou mesmo cognitivo. Esse gênero pode ser um poderoso instrumento de incremento da capacidade de empatia, sabidamente a característica fundamental da inteligência emocional.

QUESTÃO 36

Sobre o *house-organ*, **não** é correto afirmar:

- a) Os textos devem ser escritos em períodos longos, sem coloquialidade e em linguagem eminentemente técnica.
- b) O jornal de empresa é, antes de tudo, um jornal. Por isso, deve seguir regras como comitê de redação, periodicidade, redação jornalística de matérias e princípios de diagramação.
- c) As matérias devem ser bem estruturadas e breves.
- d) Para cumprir sua função estratégica de gestão, deve apresentar um conteúdo que equilibre assuntos que dizem respeito a empregados e aos que a empresa pretende divulgar.

QUESTÃO 37

Entre as alternativas abaixo, qual **não** é uma coordenada a ser seguida pela comunicação interna:

- a) Promover o conhecimento em todos os níveis.
- b) Desenvolver o comportamento comunicativo entre os gerentes/gestores.
- c) Divulgar iniciativas de sucesso das equipes de trabalho.
- d) Evitar que todos os empregados se expressem.

XI. JORNALISMO E AS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

QUESTÃO 38

Quanto ao uso das novas tecnologias pelo jornalista, é **incorreto** afirmar:

- a) O jornalista deve adiantar-se às necessidades da audiência, explorando os fóruns de discussão, o chat e a possibilidade de correio eletrônico para satisfazer esta procura.

- b) A descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade faz com que a função do jornalista se restrinja a aspectos de uma atividade de moderação e hierarquização de fatos gerados nas mídias digitais.
- c) O jornalista deverá contar com suficientes critérios para apurar a veracidade das informações que obtenha na rede.
- d) O jornalista deverá ter uma grande habilidade, inteligência e capacidade de seleção para procurar e encontrar a informação que necessita.

QUESTÃO 39

“Um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”. Castells (2003, p. 8). A descrição acima se refere a qual meio de comunicação:

- a) Rádio.
- b) TV.
- c) Jornal.
- d) Internet.

QUESTÃO 40

A introdução de novas tecnologias tem sido responsável por diversas mudanças na forma de fazer jornalismo. Sobre o tema, **não** é correto afirmar:

- a) A chegada da Internet veio mudar toda a forma de comunicação antes já feita e ampliou ainda mais o dinamismo, a participação e interação com o público.
- b) Em uma época em que o próprio público é o produtor de informação, o papel do jornalista é selecionar a informação mais importante.
- c) O profissional que antes era o responsável pela descoberta, apuração e veiculação da notícia, hoje não assume o papel de intérprete das muitas informações trazidas por todos os tipos de fontes.
- d) Esse novo ambiente torna possível a interação do público com a notícia e até a interação da notícia com a própria notícia, por meio do hipertexto.