



ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
DO ESTADO DE MINAS GERAIS

CONCURSO PÚBLICO
Edital n. 01/2007 – ALMG

**ANALISTA LEGISLATIVO
JORNALISTA / ÁREA V
(REPÓRTER DE TV)
Código 231**

**CADERNO 1
PROVA PRÁTICA-3ª ETAPA**

ATENÇÃO – Leia as instruções a seguir. Elas fazem parte de sua Prova.

1. Este caderno contém as instruções para a Prova Prática de Conhecimentos Específicos do Cargo e da Especialidade acima registrados.
2. Preencha com cuidado, **A TINTA**, o talão de identificação que se encontra no **Caderno 2** da Prova Prática:
 - transcreva o seu número de inscrição;
 - escreva seu nome em letra de forma;
 - assine no lugar apropriado;
 - escreva o número do seu Documento de Identidade.
3. **NÃO SE IDENTIFIQUE NAS FOLHAS DE RESPOSTAS DA PROVA PRÁTICA.**
4. A prova que apresentar qualquer sinal ou que contiver expressão que possibilite a identificação do candidato **será anulada** e a ela se atribuirá a nota **0 (zero)**.
5. Ao finalizar, entregue o caderno da Prova Prática, a folha de identificação e suas respostas ao aplicador.

Atenção: **não destaque** a folha de identificação.

O TEMPO TOTAL DE DURAÇÃO DA PROVA É DE TRÊS HORAS e QUINZE MINUTOS, INCLUINDO A TRANSCRIÇÃO DE RASCUNHO, SE HOVER.

INSTRUÇÕES

1. Leia cuidadosamente a questão e responda-a com caneta de **tinta azul** ou **preta**, letra **legível**, no **Caderno 2** da Prova Prática, observando a quantidade de caracteres solicitada.
2. A versão definitiva da resposta ou a sua transcrição (caso tenham sido feitas em rascunho) deverão ser registradas no espaço próprio do **Caderno 2** que contém a folha de identificação.
3. O texto será lacrado em envelope a ser aberto no momento em que for chamado para fazer a locução.
4. O **valor total** desta prova é de **120 (cento e vinte) pontos**: redação manuscrita de **matéria jornalística** valendo **80 (oitenta) pontos** e a **gravação do texto em áudio** valendo **40 (quarenta) pontos** conforme o item 33.1.7 do Edital.
5. O **tempo destinado à redação da matéria jornalística** será de, no **máximo, 3 (três) horas** conforme o subitem 33.1.7.1 do Edital.
6. O **tempo destinado à gravação** será de, no **máximo, 15 min (quinze minutos)**, em até 3 (três) tentativas, cabendo ao candidato indicar a versão final. Serão avaliadas principalmente a clareza (C), a boa dicção (D), a firmeza (F), a interpretação (I) e a impostação vocal (V) conforme subitem 33.1.7.2 do Edital.
7. Na correção da prova, será considerada a observância da norma padrão da língua portuguesa nos termos previstos no subitem 33.1.8 do Edital.

TABELA VII - INOBSERVÂNCIA DA NORMA PADRÃO

Item 7, subitem 7.5.2 do Edital.

Item	Desconto (por erro)
Ortografia (inclusive acentuação gráfica) (O)	0,5 ponto
Sintaxe (regência, concordância, colocação pronominal) (S)	1,0 ponto
Pontuação (P)	0,5 ponto
Estruturação de Período – coerência e coesão (EP)	1,0 ponto
Propriedade de Vocabulário (PV)	0,5 ponto

7.5.2.1. O erro idêntico de ortografia será computado apenas uma vez.

TABELA VIII – LIMITES DE DESCONTO (adaptado)

Item 7, subitem 7.5.3 do Edital.

Cargo/Especialidade	Limite máximo de desconto por erros decorrentes da inobservância da norma padrão da Língua Portuguesa
Analista Legislativo:	20 (vinte) pontos
Jornalista / Área V (Repórter de TV)	

[...]

Questão Única

Você é repórter de uma emissora pública de tevê e foi incumbido de fazer a cobertura da 7ª Edição do Congresso Brasileiro de Jornais, que tem como tema central “O Brasil e os jornais no ano 2020”. O congresso vai discutir ações necessárias à sobrevivência do jornal na era digital e formas de ampliar o público leitor. O evento acontece num momento em que o IVC (Instituto Verificador de Circulação) identifica uma tendência de crescimento dos jornais impressos, principalmente entre os tablóides populares. A abordagem da reportagem está indicada na pauta em anexo. A matéria deverá ter de 3 minutos a 3 minutos e 30 segundos de duração e irá ao ar pelo *Jornal Público*, telejornal diário com meia hora de duração (18h às 18h30min). Considere que a cabeça da sua reportagem é a seguinte: “A indústria jornalística comemora o bom desempenho do setor, que cresceu 8,1% no primeiro semestre deste ano em comparação ao mesmo período do ano passado. O crescimento é puxado pelos jornais populares. Mas a boa fase não espanta a preocupação dos empresários, principalmente com a concorrência da internet. A reportagem é de João da Silva/Maria da Silva”.

- Em anexo o candidato está recebendo a pauta da reportagem, *releases* da 7ª Edição do Congresso Brasileiro de Jornais e transcrição de todas as entrevistas que podem ser utilizadas na reportagem. O candidato deve se limitar a usar o material oferecido nesta prova para realizar a sua reportagem.
- O que o candidato precisa entregar é o *script* da reportagem completa, com *offs*, passagens, sonoras, indicação de arte, imagens e todos os elementos que julgar pertinentes para a reportagem em questão.
- Para calcular o tempo das sonoras dos entrevistados, o candidato deve considerar que cada linha de texto da transcrição equivale a aproximadamente 5 segundos de locução do entrevistado. Não é necessário copiar todo o trecho da entrevista a ser utilizado na reportagem para a lauda. Basta indicar início e deixo, com marcação de tempo. Assim:

Sonora Judith Brito, primeira pergunta, linhas 1 a 4

I – “Olha, gente...

D – ... do trabalho da ANJ” (Tempo: 14 segundos)

- Trechos editados a partir da junção de dois ou mais trechos de sonora devem ser indicados individualmente. Assim:

Sonora Judith Brito, primeira pergunta, linhas 1 e 2

I – “Olha, gente...

D – ... em excelente fase” (Tempo: 7 segundos)

Sonora Judith Brito, primeira pergunta, linhas 4 a 7

I – “Mas temos que continuar...

D – ... independência financeira” (Tempo: 14 segundos)

Tempo total: 21 segundos

- Para calcular o tempo da locução dos seus *offs* e passagens, o candidato deve considerar que, em média, cada linha do modelo de lauda comporta de 20 a 30 caracteres manuscritos, o que corresponde ao tempo de 2 a 3 segundos de locução. Entretanto, o candidato deverá se encarregar de, mentalmente, checar o seu ritmo de locução conferindo o tempo no relógio disponível na sala de aplicação de exame. A partir daí, o número de linhas utilizado deverá ser adequado à sua necessidade.
- A reportagem completa (considerando texto próprio do repórter e o tempo indicado de duração das sonoras) deverá ter de 3 minutos a 3 minutos e 30 segundos de duração, com tolerância de 10 segundos para mais ou para menos. No momento da correção da prova, será considerado o tempo da gravação da locução do candidato somado ao tempo indicado das sonoras dos entrevistados. Texto redigido e locução gravada devem ser idênticos
- Assine **OBRIGATORIAMENTE** desta forma: João da Silva OU Maria da Silva para o *Jornal Público*.

PAUTA

PROGRAMA: Jornal Público

DATA: 18/08/2008 – (Segunda-feira)

TAMANHO: 3 minutos a 3 minutos e 30 segundos de duração

MATÉRIA: Acontece hoje e amanhã a 7ª Edição do Congresso Brasileiro de Jornais, que tem como tema central “O Brasil e os jornais no ano 2020”. O congresso vai discutir ações necessárias à sobrevivência do jornal na era digital e formas de ampliar o público leitor. O evento acontece num momento em que o IVC (Instituto Verificador de Circulação) identifica uma tendência de crescimento dos jornais impressos, principalmente entre os tablóides populares.

ABORDAGEM: Você deve produzir uma matéria sobre o Congresso Brasileiro de Jornais, e já marcamos sonoras com alguns dos principais participantes do evento. Deve abordar o crescimento da venda dos jornais, apesar dos prognósticos dos últimos anos terem apontado que o jornal impresso não sobreviveria à era digital. É preciso ver se esse é um fenômeno só no Brasil ou se no mundo inteiro o jornal impresso volta a crescer. Quais são as causas desse crescimento? Ele é sustentável? Por que ainda assim os donos de jornais estão preocupados com a sobrevivência dos impressos? Qual é a saída para os impressos, já que o factual puro não é mais o forte deles? Mas você deverá fazer isso pensando no cidadão comum. Portanto, não é uma matéria para jornalistas ou donos de jornais, seu foco continua sendo o nosso público geral. Por isso, marcamos para você um tempo para fazer personagens na Praça Sete (tente principalmente nos pontos de ônibus dali das imediações que lá sempre tem gente com um *Super* ou um *Aqui* na mão).

HISTÓRICO: A circulação dos 103 jornais do país filiados ao IVC (Instituto Verificador de Circulação) cresceu 8,1% na média do primeiro semestre, de 4,062 milhões de exemplares no ano passado para 4,392 milhões neste ano, segundo relatório divulgado pelo órgão. Se considerados apenas os 30 maiores jornais, que respondem por cerca de 80% da circulação total, o crescimento médio foi de 8,8%.

Percentualmente, os jornais que mais cresceram foram os populares *Aqui MG* (alta de 128% na circulação), *Super Notícia* (67%), *Daqui* (58%) e *Expresso da Informação* (27%). As maiores quedas foram de *Diário de S. Paulo* (baixa de 8,4%), *O Dia* (-8%), *Gazeta do Povo* (-6,4%) e *Jornal do Brasil* (-5%).

Já o ranking geral de circulação, com média de 317 mil exemplares diários, é liderado pela *Folha de São Paulo*, cujo crescimento foi de 5,9% sobre o primeiro semestre do ano passado. Na seqüência aparecem *Extra* (315.246 exemplares, queda de 0,2%), *Super Notícia* (com 301.362, elevação de 67%), *O Globo* (281.823, alta de 2,4%) e *O Estado de S. Paulo* (257.810, alta de 8,1%).

Abaixo seguem outros dados que você pode utilizar porque já checamos a fonte:

ANO A ANO, A CIRCULAÇÃO PAGA DE JORNAIS DIÁRIOS, EM MILHARES DE EXEMPLARES*

ANO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
CIRCULAÇÃO	4276	5340	5621	6296	5896	6551	6472	6892	7163	7245	7883	7670	6972	6470	6522	6789	7230	8083
VARIAÇÃO (%)		24,80	5,26	12,01	-6,35	11,10	-1,21	6,49	3,93	1,14	8,81	-2,70	-9,10	-7,20	0,80	4,10	6,50	11,80

* Média diária. Fonte: ANJ, baseada em dados do IVC - Insituto Verificador de Circulação

A EVOLUÇÃO



OS 10 MAIORES JORNAIS BRASILEIROS, POR CIRCULAÇÃO PAGA - ANO 2007

TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO*	FORMATO
FOLHA DE SÃO PAULO	EMPRESA FOLHA DA MANHÃ	302.595	STANDART
O GLOBO	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	280.529	STANDART
EXAME	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	273.560	STANDART
ESPORTE ILLUSTRADO	S/A O ESTADO DE S.PAULO	241.126	STANDART
SEMPRE EDITORA	SEMPRE EDITORA S/A	238.611	TABLÓIDE
MATUTINA	EDITORA O DIA S/A	205.266	TABLÓIDE
DIÁRIO POPULAR	ZERO HORA EDITORA JORNALÍSTICA S/A	176.412	TABLÓIDE
DIÁRIO AVANÇADO	ZERO HORA EDITORA JORNALÍSTICA S/A	156.328	TABLÓIDE
JORNAL DO Povo	EMPRESA JORNALÍSTICA CALDAS JÚNIOR	154.188	TABLÓIDE
EXATAMENTE	ARTE EDITORIAL S/A	112.626	TABLÓIDE

OS 10 MAIORES JORNAIS BRASILEIROS, POR CIRCULAÇÃO PAGA - ANO 2006

TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO*	FORMATO
FOLHA DE SÃO PAULO	EMPRESA FOLHA DA MANHÃ	309.363	STANDART
O GLOBO	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	276.355	STANDART
EXAME	INFOGLOBO COMUNICAÇÕES SA	267.225	STANDART
FOLHA DE SÃO PAULO	S/A O ESTADO DE S.PAULO	231.166	STANDART
DIÁRIO POPULAR	ZERO HORA EDITORA JORNALÍSTICA S/A	174.617	TABLÓIDE
JORNAL DO Povo	EMPRESA JORNALÍSTICA CALDAS JÚNIOR	157.740	TABLÓIDE
DIÁRIO AVANÇADO	ZERO HORA EDITORA JORNALÍSTICA S/A	152.149	TABLÓIDE
SEMPRE EDITORA	SEMPRE EDITORA S/A	135.217	TABLÓIDE
EXATAMENTE	EDITORA O DIA S/A	129.920	TABLÓIDE
O DIA	EDITORA O DIA S/A	122.324	STANDART

* Média diária. Fonte: ANJ, baseada em dados do IVC - Instituto Verificador de Circulação

NO MUNDO

	CHINA	107 MILHÕES
	ÍNDIA	99 MILHÕES
	JAPÃO	68 MILHÕES
	USA	51 MILHÕES
	ALEMANHA	20,6 MILHÕES
	BRASIL	8,08 MILHÕES

Média diária, 2007. Fonte: WAN e ANJ

IMAGENS:

Enquanto você estiver na Praça Sete fazendo personagem, não deixe de fazer tomadas de:

- jornaleiros vendendo tablóides nos semáforos

- b) gente comprando jornais nas bancas
- c) gente lendo jornais no ponto de ônibus
- d) gente lendo jornais dentro do ônibus
- e) enfim, pense em boas possibilidades de imagens para você usar na matéria. Só não pode estourar o tempo de ir para as entrevistas no Congresso
- f) imagens do Congresso

O que temos em banco de imagens:

- a) Parque gráfico da Sempre Editora rodando o *Super Notícias*
- b) Parque gráfico do Estado de Minas rodando o *Aqui*
- c) Imagens da festa que o *Super* deu em 2006, quando ele apareceu pela primeira vez entre os 10 jornais de maior circulação
- d) Redação do extinto *Diário da Tarde*
- e) Redação do Portal UAI
- f) Jornaleiro vendendo tanto o *Super* quanto o *Aqui* no semáforo
- g) Criança vendendo jornais nos semáforos (tem umas imagens bem legais de alguns garotos correndo atrás de um ônibus e entregando o jornal para o cobrador)

FONTES:

- 1- Judith Brito – Nova diretora da Associação Nacional dos Jornais
- 2- Miguel Jorge - Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
- 3- Rosental Calmon Alves - diretor do Knight Center for Journalism in the Américas
- 4 – Povo-fala na Praça Sete
- 5 – Se você chegar lá no Congresso e tiver entrevistas melhores, pode usá-las

MARCAÇÕES:

Saída da emissora: 8h

Povo-fala (na Praça Sete): 8h30

Entrevista Judith Brito, nova presidente da ANJ (no Hotel Mercure): 10h

Entrevista Ministro Miguel Jorge (Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior): 10h30
(ao final da palestra, no Hotel Mercure)

Entrevista Rosental Calmon Alves, diretor do Knight Center for Journalism in the Americas: 11h30 (ao final da palestra, no Hotel Mercure)

CONTATOS:

Sua Opinião Comunicação Empresarial (Assessoria do Congresso de Jornais)

Jornalista Ana Lúcia da Silva

(31) 2020-2020 e 8585-8585

RELEASE

CONGRESSO EM BELO HORIZONTE DISCUTE FUTURO DOS JORNAIS NO PAÍS

Com o tema geral "O Brasil e a indústria jornalística em 2020", a ANJ (Associação Nacional de Jornais) realiza amanhã e terça-feira, no Hotel Mercure, em Belo Horizonte, o 7º Congresso Brasileiro de Jornais.

Considerado o mais importante evento da indústria jornalística nacional, a 7ª edição do Congresso Brasileiro de Jornais, que ocorre a cada dois anos, deverá ser a maior de sua história. A realização do congresso neste ano coincide com um período de resultados bastante positivos para a indústria jornalística brasileira, com aumento no número de leitores e da receita publicitária.

Mais de 800 pessoas estão inscritas para o evento, entre palestrantes brasileiros e internacionais, publishers, jornalistas e profissionais do mercado de comunicação. As inscrições para o congresso foram encerradas depois de atingir, 12 dias antes do prazo previsto, o limite de lotação do Hotel Mercure. No total, haverá três grandes palestras e 16 painéis simultâneos em que serão debatidos vários assuntos.

Tema central

O tema central do evento - o Brasil e os jornais no ano 2020 - será discutido amanhã, durante a abertura, com a participação do ministro Miguel Jorge (Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior) e do presidente da ANJ, Nelson Sirotsky. Também amanhã haverá o debate "A (re)construção do jornal para a era digital", que discutirá o desafio que a internet impõe hoje às empresas jornalísticas.

Outras mesas-redondas discutirão formas de ampliar o público leitor e as ameaças à liberdade de expressão.

Na terça, a primeira palestra geral, com a participação de Earl Wilkinson, diretor-executivo da INMA (International Newsmedia Marketing Association), será "Tendências para os jornais no Brasil e no mundo hoje e em 2020". No segundo dia também serão debatidos temas como multimídia, design e fotografia, e a responsabilidade social das empresas jornalísticas.

Recuperação

Depois de sucessivas quedas, a circulação média dos jornais brasileiros iniciou, a partir de 2004, um processo de recuperação. O crescimento foi de 0,8% naquele ano, de 4,1% em 2005, de 6,5% em 2006 e 11,8% em 2007. No primeiro semestre deste ano, a alta foi de 8,1%.

Em média, 4,39 milhões de exemplares circularam diariamente no país nos primeiros seis meses de 2008, segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação). Em igual período do ano passado, foram 4,06 milhões de exemplares. A *Folha de São Paulo* manteve o primeiro lugar em vendas no primeiro semestre do ano, com 7,2% de participação de mercado e circulação média diária de 317,3 mil exemplares.

A recuperação da circulação dos jornais coincidiu com o aumento dos investimentos publicitários, que cresceram 15,2% no ano passado. O meio jornal obteve no primeiro trimestre deste ano uma fatia de 19,4% do bolo publicitário. No final de 2006, essa participação era de 15,5%.

Domingo, 17/08/2008

CONTATOS:

Sua Opinião Comunicação Empresarial

Jornalista Ana Lúcia da Silva

(31) 2020-2020 e 8585-8585

RELEASE

DIRETORA DO GRUPO FOLHA ASSUME PRESIDÊNCIA DA ANJ

Diretoria para o biênio 2008-2010 da Associação Nacional de Jornais assume durante 7º Congresso Brasileiro de Jornais

Com mais de 800 participantes, entre palestrantes brasileiros e internacionais, publishers, jornalistas e profissionais do mercado de comunicação, começa hoje o 7º Congresso Brasileiro de Jornais. O tema central do evento é "O Brasil e os jornais no ano 2020", e entre outras discussões estão a recuperação da circulação média dos jornais brasileiros e a convivência dos impressos com as novas mídias, especialmente a internet. Durante o evento, toma posse a nova diretoria da ANJ para o biênio 2008-2010. Em substituição ao diretor-presidente do Grupo RBS, Nelson Sirotsky, no posto nos últimos quatro anos, a presidência da ANJ ficará a cargo da diretora-superintendente do Grupo Folha, Judith Brito.

"Presidir a ANJ é um grande desafio", afirma Judith Brito. "A indústria jornalística brasileira se encontra em excelente fase, em grande parte devido ao aquecimento da economia, mas também em razão do esforço dos próprios jornais e do trabalho da ANJ."

Para Judith Brito, a principal tarefa da ANJ continua sendo a defesa permanente da liberdade de imprensa. "Mas temos que continuar empenhados em ampliar o público leitor, aumentar a nossa fatia no bolo publicitário e fazer da operação jornalística online um negócio sustentável", afirma. Isso é fundamental, segundo ela, "porque a imprensa só pode ser livre e pluralista com independência financeira".

Formada em administração pública pela Fundação Getúlio Vargas, com mestrado em ciência política na PUC, Judith Brito trabalhou como pesquisadora em ciência política nos anos 80 no Cebrap (Centro Brasileiro de Análise e Planejamento) e no extinto Idesp (Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo). Também lecionou por quatro anos na FGV.

No Grupo Folha há 18 anos, ela foi presidente do Sindijor (Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas de São Paulo) e do Seinesp (Sindicato das Empresas de Internet do Estado de São Paulo). Tem dois livros publicados pela Publifolha.

Segunda-feira, 18/08/2008

LOCAL:

MERCURE HOTEL

Avenida do Contorno, 7315

Bairro Santo Antônio

Belo Horizonte

CONTATOS:

Sua Opinião Comunicação Empresarial

Jornalista Ana Lúcia da Silva

(31) 2020-2020 e 8585-8585

PROGRAMAÇÃO

SEGUNDA-FEIRA (18/08/2008)

9h - O BRASIL E A INDÚSTRIA JORNALÍSTICA EM 2020.

Palestrante:

. Ministro Miguel Jorge, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Moderador:

. Nelson Sirotsky, Presidente da ANJ, Grupo RBS (Porto Alegre)

10h - A (RE)CONSTRUÇÃO DO JORNAL PARA A ERA DIGITAL.

Palestrante:

. Rosental Calmon Alves, Diretor do Knight Center for Journalism in the Americas – Universidade do Texas (Estados Unidos).

Debatedores:

. Aloy Jupiara, Editor Executivo do Globo Online.

. Caíque Severo, Diretor de Conteúdo do IG.

Moderador:

. Walter de Mattos Jr., Vice-presidente da ANJ, Lance! (Rio de Janeiro)

11h - LIBERDADE DE EXPRESSÃO

. Lei de Imprensa

. Indústria do dano moral

. Direito de resposta

. Intimidações à liberdade de imprensa

Palestrantes:

. Deputado Miro Teixeira (PDT-RJ).

. Jurista Manuel Alceu Affonso Ferreira (São Paulo).

Debatedor:

. Ricardo Gandour, Diretor do Comitê de Relações Internacionais da ANJ, Grupo Estado (São Paulo).

Moderador:

. Paulo Tonet Camargo, Diretor do Comitê de Relações Governamentais da ANJ, Grupo RBS (Brasília).

12h - OS DESAFIOS DE TRANSFORMAÇÃO NAS EMPRESAS JORNALÍSTICAS.

Painelistas:

- . Fernando Portella, Vice-presidente Executivo da Organização Jaime Câmara (Goiânia).
- . Geraldo Correa, Vice-presidente de Rádios e Jornais do Grupo RBS (Porto Alegre).
- . Mário Gusmão, Vice-presidente da ANJ, Grupo Sinos (Novo Hamburgo).

Moderador:

- . Pedro Parente, Vice-Presidente Executivo, Grupo RBS (Porto Alegre).

TRANSCRIÇÃO DO POVO FALA FEITO NA PRAÇA SETE

GERALDO TEIXEIRA DE OLIVEIRA, 33 anos

Taxista – Imagem dele no ponto de táxi. Está com o *Super*

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Eu não estava acostumado a ler não. Foi depois que eu virei motorista que eu comecei a ler. A turma da rua mesmo é que já é acostumada a ler, né? Como se diz, o taxista gosta mesmo de um jornal. Comecei a ler o *Diário da Tarde* mas aí logo panhei mais gosto pelo *Super*. Assim, tem mais notícia de interesse, igual, tem matéria de polícia mas tem até matéria de emprego também. Mas eu não sou fiel não, como se diz, eu leio é o que eu achar interessante. Eu vou mais pela capa mesmo. Aí eu vario *Super* e *Aqui*.

JOÃO DONATO DE OLIVEIRA 62 anos

Taxista – Imagem dele dentro do táxi. Dentro do táxi tem *Aqui* e *Super*

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Eu tenho 40 anos de praça. Quarenta anos que eu leio jornal. Quase esse tempo todo foi o *Diário da Tarde*, né? Mas no final ele já estava ficando muito ruinzinho mesmo, não tinha mais, assim, vamos dizer por que a gente pagar pelo preço dele, que era mais caro que o *Super* e mesmo o *Aqui*. Agora ficou o *Aqui* como *Aqui* e *DT*, mas acho que é só pra não perder o leitor do *DT*, porque do jornal mesmo não ficou nada não. Mas essa coisa de falar que o *Super* e o *Aqui* é jornal para pobre, não é não, viu? Eu sempre deixo o jornal aí no banco de trás, cê pode ver que tem até esse suporte para eu deixar revista e jornal pro freguês, e tem muita gente engravatada que prefere ler o *Super* que as revista que eu ponho aí também. Principalmente quando eu levo alguém pra Confins, aí que os grã-fino vão mesmo lendo o jornal.

WACICLEY COELHO VARGAS, 20 ANOS

Contínuo – Imagem dele comprando *Super* na banca

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

É só uma moeda, né? Eu compro sempre. Principalmente se o Galo tá na capa. Mas agora o Galo não tá muito bem, né? Mas eu já acostumei a comprar. Tem também a gata da capa. Quando ela é mais gostosa acho que a galera compra mais. Eu gosto mesmo de ler mais é coisa de esporte, mas leio de tudo. Às vezes a gente fica informado de coisa que a gente nunca ia saber, tipo esses lance de médico que rouba dinheiro de hospital. Outro dia teve um médico que cobrava dos outros para fazer esse negócio, é... transplante de órgão. Essas coisas assim, não é que a gente procura saber... A gente procura é futebol, mulher... Mas aí fica sabendo dessas outras coisas.

JANAÍNA EMÍLIA DE OLIVEIRA, 22 anos

Universitária – Imagem dela olhando os jornais na banca de revista

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Eu acho que a gente precisa ficar informada, então acho que a gente precisa mesmo ler. Eu não gosto de ler *Super* e *Aqui*, apesar de que às vezes eu leio porque é mais barato. Mas eu prefiro esses jornais mais sérios, tipo o *Estado de Minas* e o *Hoje em Dia*. O *Hoje em Dia* agora tá saindo muito em conta porque a gente tá comprando ele por cinquenta centavos. Acho que o ruim dos jornaizinhos é que eles não têm notícia importante. A gente precisa saber o que está passando na política, né? Esses jornais não informam não.

AMANDA RAFAELLI CRUZ, 26 anos

Operadora de telemarketing – Imagem dela no ponto de ônibus

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Eu antes não lia jornal não, sempre achei que era coisa de velho. Mas igual... lá na empresa que eu trabalho eles dão muito valor pra essa coisa de a gente estar se informando sempre. Então eu busco estar me informando para ter chance de ser promovida na empresa. Então agora eu, tipo assim, busco ler um pouco de jornal. Vou se honesta pra você que eu só compro esses jornais porque dá pra ler no ônibus. Repara para você ver. É só você ficar aqui no ponto de ônibus que você vai ver um monte de gente lendo jornal dentro do ônibus, sentado, no conforto.... (risos). Mas esses jornais, assim, não é que eles são ruins, mas tem muita apelação. Eu não gosto. Aí assim, pra ficar informada mesmo, eu uso é internet. Mas pra ser sincera, eu ainda preciso estar pegando o hábito de ler jornal na internet. Na internet eu procuro mais é assim site de variedades, de tipo, informação geral, sabe?

JOANA APARECIDA D' ARC DE ASSIS, 48 anos

Salgadeira – Imagem dela no ponto de ônibus. Está com o *Aqui* na mão

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Tem muita gente que acha que só homem é que lê esses jornais. Acho que é por causa das mulher sem roupa, do futebol.... Mas acho que tem muita mulher igual eu que compra também. Eu gosto de ler todo tipo de notícia. O que tem eu leio. Mas gosto mais de comprar mesmo é por causa da promoção. Ó, já ganhei panela... Já ganhei copo desses mais chiques, sabe? Meu neto me azucrinou por causa duns carrinhos, sabe os carrinhos que tava dando no *Super*?

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM O MINISTRO MIGUEL JORGE

Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
-----------	------------	------------	------------	------------

Repórteres – Ministro, ministro...

Assessor – Gente, sinto muito mas a agenda tá apertada. Não vai dar para falar...

Repórteres – Mas a gente ficou esperando...

Assessor – Eu sei, mas o atraso... O vôo sai agora...

Repórter – Ministro, o sr. falou na palestra que a performance da indústria jornalística acompanha a economia...

Ministro – Exatamente. Olha, é um negócio como outro qualquer. Aliás, como outro não, porque ninguém vivem sem arroz com feijão, mas as pessoas, infelizmente, acham que vivem sem informação. Então o mercado de jornalismo depende de as pessoas estarem sentido seus bolsos mais confortáveis. Então a performance da indústria jornalística tem relação com o crescimento econômico. Se a economia vai mal, as vendas caem.

Repórter – O sr. falou também que o aumento das tiragens está relacionado ao crescimento da classe média.

Ministro – Exatamente... A busca por notícia tende a crescer quando as pessoas entram no mercado de trabalho e acham que tem mais direitos. Para um semi-analfabeto, ler um jornal é status.

Repórter – Se o sr. argumenta que a indústria jornalística acompanha a economia, como será a conjuntura nacional para os meios de comunicação daqui a dez anos, em 2020?

Ministro - Para mim há uma conclusão óbvia: a indústria brasileira de jornalismo de 2020 refletirá o Brasil de 2020. Os jornais não desaparecerão para os meios eletrônicos. Sobreviverão e se apropriarão das novas mídias em seu proveito.

Repórter – Ministro, o candidato que o sr. apóia em Ponte Nova está mesmo envolvido com o desvio de verbas apurado na Operação João de Barro?

Assessor – Agora deu, gente. Brigado.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM JUDITH BRITO

Nova presidente da ANJ - Associação Nacional de Jornais (2008-2010), é diretora superintendente do grupo Folha. Formada em administração pública pela Fundação Getulio Vargas, com mestrado em ciência política na PUC, Judith Brito trabalhou como pesquisadora em ciência política nos anos 80 no Cebrap (Centro Brasileiro de Análise e Planejamento) e no extinto Idesp (Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo). Também lecionou por quatro anos na FGV.

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórteres – Judith, dá tempo de uma entrevista...

Judith Brito – Olha gente, presidir a ANJ é um grande desafio. A indústria jornalística brasileira se encontra em excelente fase, em grande parte devido ao aquecimento da economia, mas também em razão do esforço dos próprios jornais e do trabalho da ANJ. Mas temos que continuar empenhados em ampliar o público leitor, aumentar a nossa fatia no bolo publicitário e fazer da operação jornalística online um negócio sustentável, porque a imprensa só pode ser livre e pluralista com independência financeira.

Repórter – Por que essa preocupação, ou esse enfoque, na operação jornalística online?

Judith Brito – Olha gente, só no ano passado a circulação dos nossos jornais aumentou 12%. Mas o jornalismo tradicional nos Estados Unidos e em outros países desenvolvidos passa por um sério período de crise, com queda acentuada nos números de exemplares em circulação, demissões em massa e diminuição dos leitores. É em países emergentes, como Brasil, Índia e China, que o impresso cresce de maneira surpreendente. Só que a internet no Brasil também não pára de crescer. Não é futurologia, mas podemos viver num curto espaço de tempo a mesma situação que os desenvolvidos vivem hoje.

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórter – Jornais impressos então estão com dias contados?

Judith Brito – Que isso... A gente espera que não e precisa trabalhar para que não. Mas em contrapartida ao aumento de circulação dos jornais, a Internet no Brasil também não pára de crescer. Enquanto a soma dos exemplares das 30 maiores publicações diárias do país chega a cerca de três milhões e meio, que é um número aí parecido ao das maiores revistas, o Datafolha já mostrou que o Brasil já alcançou a marca de 59 milhões de internautas. O Rosental tem razão. A sociedade industrial está sendo substituída pela sociedade da informação ou do conhecimento. É um outro sistema de mídia, e a Internet é apenas a ponta mais visível de uma nova revolução que é a digital.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM ROSENAL CALMON

É jornalista nascido no Rio e diretor do Knight Center for Journalism in the Americas, da Universidade do Texas, nos EUA, onde mora há 12 anos. É membro do Knight Chair in Journalism & UNESCO, Chair in Communication . No Brasil, trabalhou durante 23 anos como repórter, redator, editor e chegou a diretor do Jornal do Brasil

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórter - O tema de sua palestra é a reconstrução do jornal para era digital. O que vem a ser essa reconstrução?

Rosental Calmon - O jornal da era industrial, aquele que conhecemos e estávamos acostumados, está morto. Ou agonizante. O que não quer dizer que o jornal esteja morto. Muito pelo contrário. O jornal ainda tem vida longa. Vejo a edição em papel resistindo em 2020. Mas, a empresa jornalística vai estar bastante diferente. A versão em papel não vai mais representar a atividade central desse negócio. As plataformas digitais, em alguns mercados, estão empurrando o papel, sobretudo onde a penetração da internet é maior, para um pouco mais ao lado. Essas plataformas digitais estão tomando o centro da atividade dessa indústria. O mundo está mudando. Não da maneira como sempre mudou. Mas mudando de forma radical. E o cenário de mídia muda de maneira drástica. A reconstrução do jornal deve partir de uma avaliação de uma série de atividades que o jornal faz ou fazia, à luz desse mundo novo que está emergindo.

Repórter - Por quanto tempo a discussão sobre a sobrevivência do jornal impresso vai continuar em cartaz?

Rosental Calmon - Por muito tempo. O jornal que não acordar para essa discussão e não se adaptar - e não é uma adaptação simples, porque envolve a essência desse negócio -, vai desaparecer. É uma adaptação que terá vítimas:

serão os que não entenderem a profundidade da mudança. A estrutura atual dos jornais, feita para atender um produto manufaturado, produzido uma vez por dia e entregue, no dia seguinte, para uma audiência interessada em ler as notícias do dia anterior em profundidade não sobreviverá.

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórter - No Brasil, a circulação dos jornais cresce....

Rosental Calmon - As mudanças vão acontecer até mesmo em países como Brasil, Índia e China, onde a circulação dos jornais vem aumentando nos últimos anos. Por isso, terei dificuldades em reter a atenção do público sobre o que virá. E, acredite, vem uma tempestade. É fácil falar isso aqui nos EUA, onde essa indústria vive um verdadeiro massacre, com a circulação dos jornais decrescendo e o valor das empresas caindo. Eu brinco que a euforia vivida pelos mercados emergentes, como o Brasil, é uma espécie de "baile da ilha fiscal". Era o império celebrando, enquanto o regime já tinha ruído.

Repórter - Existem pesquisas mostrando a velocidade de migração de leitores dos jornais para o meio digital?

Rosental Calmon - A circulação dos jornais nos EUA vem caindo há uns 40 anos em relação ao crescimento da população. Não é um fenômeno que acaba de acontecer. A audiência dos telejornais também registra queda. A questão é que temos uma lógica nova. A lógica da sociedade da informação, que substituiu a sociedade industrial. Uma lógica que se acelerou nos EUA porque os anunciantes estão saindo mais rapidamente dos meios tradicionais, já que encontram outras formas de atingir os consumidores por meio das plataformas digitais. E a fuga dessa receita está rompendo o modelo de negócio que os jornais mantinham. Era um modelo muito lucrativo, com margens superiores a 30% ao ano. Agora, há jornais operando no vermelho.

Repórter - Como se reconstrói esse negócio no mundo online?

Rosental Calmon - O negócio online cresce mais aceleradamente do que a queda do negócio impresso. O crescimento do online é de 30% ao ano em faturamento, mas parte de uma base pequena. Já a queda do faturamento do impresso é mais lenta, em torno de 4% ao ano, mas de uma base muito maior. A receita dos jornais está mudando de padrão e não dá para custear a atual infra-estrutura afeita ao modelo anterior, voltada para a edição em papel. É hora de reorganizar a rotina de trabalho. Entender o novo fluxo da informação e rever tudo à luz de que a operação de internet vai crescer e a do papel vai

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

diminuir. As empresas serão inevitavelmente multimídia. A lógica de trabalho mudou e os profissionais precisam incorporar os novos códigos. A habilidade mais relevante para meus alunos hoje em dia é saber fazer vídeos.

TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM NELSON SIROTISKY

Foi presidente da ANJ – Associação Nacional de Jornais (2006-2008) e diretor-presidente do Grupo RBS, que congrega seis jornais, 18 emissoras de TV afiliadas à Rede Globo, 26 emissoras de rádio, um portal de internet, duas emissoras locais de televisão, uma gravadora, uma operação dedicada ao segmento rural e uma empresa de logística — além da Rede Gaúcha Sat de Rádio, com 123 emissoras afiliadas em dez estados brasileiros.

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórter - Jornais populares de qualidade mexeram com o mercado brasileiro nos últimos dez anos, ajudando a expansão do mercado leitor. Alguns críticos acentuam que, para vencer nas bancas, muitos desses novos veículos acabam passando por cima do binômio missão-valores para conquistar um novo público – explorando as coberturas policiais ou a sexualidade. Vocês têm um case de sucesso na linha dos populares de qualidade. Como analisar as atitudes críticas em relação a esse novo tipo de jornal?

Nelson Sirotsky - O que é sucesso no mundo e no Brasil são novos formatos de jornais que oferecem prestação de serviços, informação e lazer de forma diferenciada. E a principal característica desses jornais é a sua enorme identificação com o público a quem ele é dirigido. O case do Diário Gaúcho(DG) é a prova de que é possível sim fazer um veículo diferente, com muita prestação de serviço, com uma linguagem moderna, com informação adequada ao público para o qual ele é dirigido, sem recorrer a uma linguagem popularesca ou inadequada. Mas este é apenas o caso do DG. Há muitos outros casos no Brasil e no mundo que apontam que há espaço para crescer em várias direções. E à medida que o Brasil melhora a sua capacidade de renda e retoma o seu crescimento econômico, novos cidadãos passarão a ter condições de acessar os jornais. É nosso desafio como empreendedores desta área criar os produtos adequados para cada público.

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Repórter - Há alguma influência do jornalismo praticado no Cone Sul da América sobre o jornal Zero Hora e demais veículos do grupo? Ou o formato e linha editorial são opções gaúchas – simplesmente? Os tablóides uruguaiois e argentinos tiveram algum peso no jeito de fazer jornal ao Sul do Brasil?

Nelson Sirotsky - O formato tablóide, surgido na América Latina há mais de 50 anos, é hoje uma tendência mundial. Indiscutivelmente, o sucesso deste formato na Argentina e no Paraguai chamou atenção de outras regiões e acabou influenciando fortemente o Rio Grande do Sul e todo o Cone Sul. Mas é preciso diferenciar os tablóides da nossa região, cujo nome identifica um formato de qualidade, dos tablóides sensacionalistas ingleses.

A Folha da Tarde, um jornal que já não existe mais, foi a primeira experiência vitoriosa neste formato no Rio Grande do Sul. Zero Hora, desde sua fundação há 40 anos, sempre foi tablóide e na medida em que cresceu e assumiu a liderança de mercado no Estado tornou-se uma referência quanto ao seu formato. Assim, pudemos observar no Estado, a partir do êxito de ZH, a migração dos demais jornais gaúchos do formato standard para o tablóide. O mesmo está acontecendo em Santa Catarina, a partir do Diário Catarinense. Inclusive, um de nossos jornais, o Jornal de Santa Catarina, também foi recentemente alterado do formato standard para o tablóide, com grande aceitação da comunidade local.

Repórter - Algumas empresas jornalísticas, além de cumprir sua missão e defender seus valores, passaram a investir em programas voltados para o terceiro setor. O que isso significa: grupos de jornais, tv ou revistas estão preenchendo espaços que o próprio governo deixa em termos de demandas sociais? É uma política que traz saldos no marketing institucional? Qual é a visão de Zero Hora sobre este assunto?

Nelson Sirotsky - As soluções para os problemas de natureza social do Brasil não podem ser encaradas como de responsabilidade ou de governos, ou das empresas, ou das universidades, ou mesmo dos meios de comunicação. Temos que pensar nas soluções para estas dificuldades como uma responsabilidade da sociedade, como um compromisso coletivo. Por esta razão, desde a fundação da RBS, atuamos neste campo social de

1 segundo	2 segundos	3 segundos	4 segundos	5 segundos
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

diferentes maneiras. Atualmente, com a Fundação Maurício Sirtosky potencializamos nossas ações, cujo principal objetivo é o de criar uma consciência mobilizadora em torno de um tema. Felizmente, nos últimos anos, o terceiro setor vem crescendo no Brasil e, na minha visão, não há nenhuma perspectiva de marketing em torno desta realidade. O que existe é uma nova sociedade mais participativa, mas exigente e mais comprometida, da qual a mídia faz parte.

Repórter - Num momento em que se discute a credibilidade dos grande veículos, um livro passou a ocupar as cabeceiras de editores norte-americanos e discutido entre estudiosos de mídia do Brasil. O título é “Elementos do Jornalismo”, de Bill Kovach e Tom Rosenstiel. O livro chega a ser didático, resgatando 10 pontos-chave para o exercício do bom jornalismo, tendo o “compromisso com a verdade” como ponto inicial. O que está acontecendo com os jornais, afinal? E a imprensa, como se dizia no século passado, ainda pode ser encarada como o “Quarto Poder”?

Nelson Sirotsky - Em primeiro lugar, não concordo com este rótulo de quarto poder. Entendo que o fato de a imprensa estar próxima das pessoas e de dar voz às comunidades, distribuindo informação, serviço e até entretenimento, de ter uma capacidade mobilizadora e um papel de vigilância, não dá poder à imprensa e sim uma enorme responsabilidade. A missão da imprensa é nobre. Somos instrumentos de construção da cidadania, de fortalecimento da democracia e de identificação das pessoas com o seu mundo. A imprensa também está submetida ao direito de escolha do público. Quanto ao livro Elementos do Jornalismo, penso que ele reitera alguns princípios básicos do bom jornalismo e que permanecem muito presentes na atualidade e com os quais concordo plenamente. O principal deles, na minha visão, é o da independência tanto no âmbito empresarial quanto no profissional. O livro fala também no instinto de percepção das pessoas, da necessidade que temos da informação livre e verdadeira para nos sentirmos parte de um grupo, de uma comunidade. E fico satisfeito, pois acho que as empresas de comunicação no Brasil têm cumprido bem este papel.



Fundação de
Desenvolvimento
da Pesquisa

CONCURSO ALMG – EDITAL 1/2007
3ª. ETAPA DE AVALIAÇÃO – PROVAS PRÁTICAS

REPÓRTER DE TV
INSTRUÇÕES AO CANDIDATO

Prezado(a) candidato(a),

Seguem algumas informações importantes para a realização da Prova Prática.

ACESSO AO MATERIAL

Este kit deve conter:

Caderno de resposta (texto desenvolvido pelo candidato) que deverá ser entregue ao aplicador ao término da prova escrita;

- 1 Folha de Instruções e Procedimentos;
- 1 CD para gravação da Prova;
- 1 CD para gravação da Contra-Prova;
- 1 cartela com etiquetas adesivas para lacre e identificação da Contra-Prova;
- 1 selo para lacre da Prova;
- 2 selos para lacre da Contra-Prova.

CASO PERCEBA A FALTA DE ALGUM DOS ÍTENS ACIMA, FAVOR INFORMAR AO FISCAL.

SALVAMENTO DOS TRABALHOS

Os trabalhos produzidos deverão ser gravados, conforme esquema abaixo:

- Gravação instantânea da locução em HD;
- Escolha da versão (se você executar duas tentativas) a ser gravada em CD;
- Gravação da versão escolhida em 2 CD's (Prova e Contra-Prova).

GRAVAÇÃO DOS TRABALHOS PARA ENTREGA (CD's)

INFORMAÇÃO: Não se preocupe com esse procedimento. A gravação será executada pelo Técnico de Som e sempre acompanhada por você.

Conforme Edital, o candidato deverá escolher 1 (uma) versão (tentativa) para ser gravada (versão final) no CD, que será a única válida para efeito de correção e avaliação de sua prova. Para esta escolha, **não** lhe será permitido ouvir as versões.

Após a gravação do arquivo no CD, certifique-se de que ele é acessível, com rápida audição.

Sua prova será gravada em 2 (duas) cópias, sendo Prova e Contra-prova. Somente a Contra-prova será identificada, além de lacrada, no Porta-CD e ficará de posse da FUNDEP. O CD contendo a prova levará somente um lacre no Porta-CD, para envio à Banca de Avaliação.

AO TERMINAR O TRABALHO

Caso termine a elaboração da matéria antes do prazo de duração previsto (3 horas) e deseje proceder imediatamente à gravação, avise ao Fiscal.

AO TERMINAR O PRAZO DE DURAÇÃO DA PROVA

A elaboração da matéria jornalística terá duração de 3 horas, e a gravação (áudio) 15 minutos. Expirado esse prazo, não será mais permitida a inclusão, complementação, alteração ou edição dos dados da prova. Você somente poderá deixar o local de prova, após concluídas as duas etapas (elaboração e gravação), observado o período mínimo de sigilo, de 60 (sessenta) minutos.

Boa prova!

FUNDEP/Gerência de Concursos



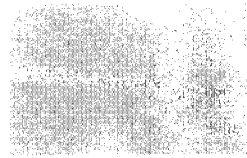
Fundação de
Desenvolvimento
da Pesquisa

CONCURSO PÚBLICO ALMG EDITAL nº 01/2007

Prova Prática 3ª Etapa/Área V – Jornalista

Repórter de TV

Ficha de Opção de Versão



Nome:		Insc.	
-------	--	-------	--

Data:	
-------	--

VERSÃO FINAL

VERSÃO	
01	

VERSÃO	
02	

VERSÃO	
03	

Declaro ter escolhido a opção acima assinalada como versão final, ficando somente esta versão válida para efeito de correção e avaliação de minha prova prática, conforme disposto no Edital 01/2007.

Assinatura do candidato:

C.I.	
------	--