

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Os conceitos publicidade e propaganda são, no senso comum, sinônimos. Porém, no sistema normativo brasileiro, esses conceitos adquirem conotações específicas. Acerca desse assunto, julgue os itens seguintes.

- 51 O termo publicidade, que significava, originalmente, tornar público, referindo-se, inclusive, à livre circulação das ideias, adquiriu conotação relacionada aos atos legais do Poder Executivo.
- 52 A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, embora seja uma prerrogativa do Estado e do governo, não pode servir à promoção de autoridades ou servidores públicos, sob pena de ser considerada propaganda pessoal.
- 53 Segundo a Constituição Federal vigente, a lei só pode restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social assim o exigirem. Nesse caso, o sentido de publicidade coincide com o sentido de propaganda.
- 54 Os termos publicidade e propaganda, no uso corrente relativo ao agenciamento regulamentado de campanhas, são, muitas vezes, sinônimos.
- 55 O termo propaganda é bastante associado a partidos políticos e eleições. No período eleitoral, por exemplo, há restrições a várias modalidades de publicidade.

De acordo com as teorias da comunicação, julgue os itens que se seguem.

- 56 Tanto a teoria do *agenda setting* quanto a teoria hipodérmica tratam de efeitos comportamentais diretos e imediatos e consideram que o público é incapaz de reagir criticamente aos temas agendados pelos meios de comunicação.
- 57 Pesquisas patrocinadas pela UNESCO, na década de 90 do século passado, ratificaram a ideia, defendida por diversas teorias em décadas anteriores, de que as audiências imitam comportamentos violentos veiculados na mídia.
- 58 Uma das descobertas da teoria da espiral do silêncio foi a de que, em determinados contextos, pode haver discrepância entre a opinião manifesta e a opinião latente. O medo do isolamento explica o fato de uma pessoa ter certa convicção e revelar outra publicamente.
- 59 A teoria dos *two steps flow of communication* (dois estágios da comunicação) recebeu esse nome em decorrência da constatação de que líderes com acesso às informações dos meios de comunicação tendem a ser decisivos na formação das convicções de seus liderados.
- 60 Uma das dificuldades à compreensão dos fenômenos da comunicação de massa decorre da existência de fronteiras bem definidas entre as correntes teóricas — muitas vezes excludentes entre si — que analisam esses fenômenos, o que impede a realização de análises interdisciplinares nessa área.
- 61 A teoria crítica oriunda da Escola de Frankfurt é responsável pela criação do conceito de indústria cultural. Na concepção dos integrantes dessa escola, é inadequado considerar que a massa é capaz de produzir cultura como uma prática social.
- 62 Considera-se o pensamento comunicacional da Escola dos Estudos Culturais ingleses herdeiro direto das concepções *frankfurtianas* de que as massas são reféns da comunicação mistificadora e alienante.

Tendo em vista que as abordagens dos fenômenos da comunicação pela sociologia trouxeram importantes contribuições para a compreensão desses fenômenos, julgue os itens a seguir.

- 63 A perda da aura da obra de arte, decorrente da reprodutibilidade técnica imposta em um contexto de produção seriada — inclusive, de objetos de valor cultural —, corresponde, na compreensão de Walter Benjamin, à dessacralização dos ícones.
- 64 A mídia é capaz de transmitir esclarecimentos acerca do consumo consciente e, paradoxalmente, estimular o superconsumo por meio de estratégias de *marketing* e de publicidade. Os desconfortos decorrentes de paradoxos dessa natureza podem ser explicados com base na teoria das dissonâncias cognitivas.
- 65 A teoria dos aparelhos ideológicos de Estado, de Louis Althusser, considera aparelho ideológico de Estado apenas os segmentos da mídia que estão em poder do Estado, como, por exemplo, as emissoras estatais.
- 66 O poder que as fontes oficiais exercem sobre a pauta dos jornalistas levou teóricos da comunicação, como, por exemplo, Stuart Hall, a classificarem essas fontes como definidores primários (*primary definers*) e os jornalistas como definidores secundários (*secondary definers*), mesmo quando estes não mantêm com as fontes oficiais uma relação de subserviência.
- 67 Os conceitos de culto de personalidade e de estética da recepção estão associados, pois ambos tratam da tendência das massas de se deixarem influenciar por grandes personalidades, como os políticos carismáticos e os *pop stars*.

No que se refere às práticas de *pitching* e *crossmedia*, julgue os itens subsequentes.

- 68 A TV digital, por proporcionar, no que concerne aos conteúdos veiculados, elevados níveis de interação, participação e personalização por parte do telespectador, é uma das plataformas facilitadoras da prática do *crossmedia*.
- 69 Na composição do *mix de marketing* — produto, preço, praça e promoção —, a variável que mais demanda planejamento de *crossmedia* é a promoção.
- 70 Por meio do *pitching* realiza-se um processo de seleção organizado para a escolha de novos conteúdos de programação entre produtoras concorrentes.
- 71 A seleção inter pares dos concorrentes por meio de urnas eletrônicas disponibilizadas nos sítios das organizações interessadas é prática corrente de *pitching*.
- 72 Projeto que não prevê, para sua execução, a disponibilidade, ao menos parcial, de recursos financeiros por parte dos produtores é preliminarmente eliminado, ainda na etapa de inscrição, de processo de *pitching*.
- 73 Também denominado *marketing 360°*, o *crossmedia* não se destina à conjugação de plataformas *online* e *offline*, pois requer distintas estratégias de veiculação para cada caso.

A respeito das novas tecnologias de comunicação e de sua importância para os meios de comunicação, julgue os itens seguintes.

- 74 A digitalização, a convergência tecnológica e a Internet contribuíram para a emergência de um fenômeno que se tem chamado de rádio hipermediático. Os pesquisadores desse fenômeno concordam que, qualquer que seja o novo rádio, sua base deve ser sonora.
- 75 Os meios de comunicação estão inseridos em um ambiente de plataformas múltiplas e complementares entre si e de tal forma que denominar todo esse processo de convergência tecnológica é incorrer em reducionismo, pois igualmente convergentes são os níveis empresarial, profissional e de conteúdo.
- 76 A despeito da convergência tecnológica, a Internet não rompeu com o conceito tradicional de meio de comunicação ou com a sua dependência de um aparelho-função, já que o acesso à rede mundial de computadores ainda depende de um dispositivo específico, nesse caso, de natureza computacional.
- 77 Segundo alguns pesquisadores, o *web-rádio*, para que seja considerado rádio, deve manter as três características definidoras do rádio, ou seja, deve ser um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real.

Com a Web 2.0, novas possibilidades em matéria de comunicação *online* e mídias digitais se apresentam, tanto no que se refere aos produtores de conteúdos quanto aos usos e compartilhamentos. Considerando esse novo cenário de tratamento da informação e interatividade, julgue os itens subsequentes.

- 78 Uma sala virtual de imprensa deve caracterizar-se, sobretudo, pela quantidade e variedade de informações, funcionando como um generoso servidor de conteúdos, de maneira a promover as consultas locais acerca dos objetivos, da missão e dos fatos organizacionais da empresa ou instituição.
- 79 As redes sociais têm sido vistas com muita cautela pelos órgãos públicos, daí a negativa dos estrategistas de comunicação institucional em criar perfis organizacionais em ambientes onde predominam a informalidade e o risco de desgaste de reputações já consolidadas.
- 80 A facilidade de difusão de informações na Internet pode levar uma organização a melhorar a sua presença nos ranques de acesso, mas a duplicação de conteúdo pode-se transformar em disfunção e até mesmo em um problema ético, se for feita de forma abusiva.
- 81 Sítios-espelhos e discos-espelhos são úteis em situações de acidentalidades (incêndio, enchente etc.) ou de ruína física de equipamentos, podendo evitar a perda de investimentos e a frustração de internautas fidelizados.
- 82 Um dos recursos proporcionados pela denominada computação em nuvens (*cloud computing*) é a recuperação de acervos em caso danos aos computadores.
- 83 O crescimento exponencial de informações no ciberespaço, incluindo vídeos, gerou disfunções como o peso dos arquivos e o excesso de *links* e, com isso, a queda na oferta de serviços *online* e de empresas virtuais.

Com relação a redação e edição jornalísticas, julgue os próximos itens.

- 84 Vários procedimentos distinguem a estruturação da notícia no modelo piramidal de leitura e no modelo da hipernotícia. Um desses procedimentos, fundamental, consiste em transferir o controle do autor, no primeiro modelo, para o controle do leitor, no segundo.
- 85 O conceito de hipertexto deriva do surgimento dos *hyperlinks*, mas somente com o uso corrente de blocos de textos conectados entre si por nexos não sequenciais, permitindo-se igualmente relações com conteúdos diversos (indicados por termos sublinhados), é que se pode, de fato, falar da existência das hipernotícias.

Julgue os itens seguintes, referentes a edição e produção gráfica.

- 86 Uma publicação impressa compõe-se de um projeto editorial, que traça os objetivos e as diretrizes da publicação, e um projeto gráfico, que traduz tais objetivos e diretrizes para uma linguagem gráfica.
- 87 Um *software* de editoração eletrônica é um programa por meio do qual se pode desenhar uma página de jornal no computador. O uso desse tipo de *software* elimina a necessidade do rafe feito pelo diagramador.
- 88 Capítular é uma letra de corpo bem superior ao do restante da composição e é normalmente empregada na abertura de um texto ou para marcar o início de cada capítulo de um livro.
- 89 Charge pode ser definida como uma piada gráfica que faz uma crônica leve do cotidiano e serve para divertir.
- 90 O elemento visual que, desenhado em leiautes, tem como objetivo compor o leiaute, simulando manchas de texto, denomina-se *nononô*, utilizado em projetos gráficos.
- 91 Fonte, em produção gráfica, tem três significados: o ponto de onde se inicia o processo de comunicação, a procedência da informação (documento, depoimento etc.) e o conjunto de caracteres de uma família tipográfica.

Acerca de roteiros no âmbito da produção audiovisual, julgue os itens subsequentes.

- 92 Na produção de reportagem de jornalismo para televisão, é necessária a presença de repórter enquadrado no vídeo em passagem ou em *stand-up*.
- 93 A indicação “Sobe Som”, presente nos roteiros, informa ao operador de áudio que ele deve aumentar o volume do som ambiente ou qualquer outro som de fundo na edição de programa radiofônico ou televisivo.
- 94 *Storyline* é o resumo composto de algumas páginas que o autor submete ao produtor durante o processo de construção de um roteiro. No *storyline*, estão condensadas as várias tramas que constituem uma história.
- 95 O roteiro dramático concentra-se nas ações dos personagens, enquanto o roteiro épico conta uma história e o roteiro lírico trata da subjetividade dos atores.
- 96 As mensagens transmitidas pelo rádio apresentam grau de redundância maior, se comparadas às transmitidas pela televisão.

Julgue os itens seguintes, que versam sobre técnicas de reportagem.

- 97** O jornalismo denominado literário ou novo jornalismo combate, na reportagem, as carências estéticas que resultam da prosa sem brilho, fria, e que denota baixo envolvimento do repórter com o assunto.
- 98** A maior parte das técnicas de reportagem baseia-se, teoricamente, na chamada sociologia do emissor e dá origem ao processo de produção da notícia, denominado *newsmaking*.
- 99** Apesar de todos os assuntos possuírem noticiabilidade, cabe ao repórter decidir a melhor maneira de enquadrar o assunto para se comunicar com seu público.
- 100** O chamado valor-notícia é o fator que explica porque um acidente de avião nos Estados Unidos da América normalmente tem mais destaque no jornalismo brasileiro que um acidente similar na China, por exemplo.
- 101** No processo de edição, ocultam-se o processo de descontextualização do assunto, no local do seu acontecimento, e o de recontextualização, que ocorre na redação. Uma das razões para que esses processos mantenham-se ocultos é ideológica, pois interessa às empresas jornalísticas que o público imagine o jornalismo como um espelho da realidade, reforçando-se, assim, mitos como o da neutralidade e o da objetividade.
- 102** Repórter e editor desempenham funções de *gatekeepers*, pois cabe a eles dar credibilidade ao assunto abordado na reportagem.
- 103** O material publicado pelo jornalismo pode ser classificado em opinativo, analítico e noticioso. Esses três tipos de material são equivalentes em termos de importância no processo de produção da notícia.
- 104** O lide mais comum no jornalismo é aquele em forma de pirâmide. Adotando-se esse tipo de lide, deve-se, na narração dos acontecimentos, relatar o mais importante no final.

Julgue os itens de **105 a 109**, acerca de jornalismo digital.

- 105** Uma das características do jornalismo digital é o fato de ser multimidiático, conceito referente à convergência tecnológica que possibilita acesso a diferentes arquivos de informação (sonora, escrita, visual) a partir de diversos suportes (como computadores, celulares 3G e televisores digitais).
- 106** O jornalismo digital reforça as fronteiras entre os espaços público e privado, contribuindo, assim, para a manutenção da privacidade das pessoas.
- 107** As páginas dos sites jornalísticos na Internet são produzidas em linguagem HTML, cuja constituição por meio de *tags* controla a formatação de textos e de imagens na tela do computador, assim como os *links* de hipertexto.

108 Ao ampliar, com base no alto grau de interatividade propiciado pela Internet, a autonomia do público, que passa a questionar a prerrogativa jornalística na produção da notícia, o jornalismo digital recupera o seguinte axioma de McLuhan: o meio é a mensagem.

109 As redes sociais assumem a condição de microesferas públicas e devem ser consideradas como fontes e(ou) caixas de ressonância no trabalho do jornalismo em qualquer suporte, mas principalmente no jornalismo digital.

Com base no disposto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (CEJB) e na Constituição Federal de 1988 (CF), julgue os itens seguintes.

- 110** O jornalista que trabalha em assessoria de imprensa de determinada empresa pode optar, na produção da cobertura jornalística de um evento, por não ouvir todas as partes nele envolvidas. Por exemplo, se trabalha para uma mineradora, pode não ouvir a reclamação da comunidade sobre supostos danos ambientais por ela causados.
- 111** O jornalista deve rejeitar alterações que deturpem a realidade nas imagens captadas, informando sempre ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações.
- 112** Jornalista que seja, por exemplo, contra o aborto ilegal pode-se recusar a fazer reportagem sobre o assunto, alegando impedimento por questão de consciência.
- 113** O jornalismo investigativo, frequentemente, lança mão de expedientes como disfarces ou câmeras ocultas para obter informações de interesse público. A ética da profissão não condena esse tipo de procedimento, desde que os fins o justifiquem.
- 114** A CF veda a estrangeiro o exercício da função de editor-chefe de departamento de jornalismo de empresa brasileira de comunicação.
- 115** A inclusão digital, política pública do atual governo federal, encontra suporte no CEJB.
- 116** Segundo o CEJB, organizações privadas, diferentemente das públicas, não têm obrigação social de prestar informações ao público.
- 117** O CEJB dispõe que é dever do jornalista resguardar o sigilo da fonte.
- 118** O jornalista que trabalha na assessoria de imprensa de organização pública não pode denunciar casos de corrupção interna de seu conhecimento porque está vinculado a tal instituição, devendo-lhe, por isso, lealdade.
- 119** O caso de deputado que recentemente fez declarações de caráter racista e homofóbico na televisão ganhou grande repercussão porque esse assunto eleva os índices de audiência, ou seja, a repercussão do acontecimento deve-se ao sensacionalismo e não guarda nenhuma relação com a ética profissional dos jornalistas.
- 120** O Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, tem atuado na condução das discussões sobre o novo marco regulatório para os meios eletrônicos.