

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Tendo em vista que a notícia é uma construção retórica referencial acerca das aparências do mundo, julgue os seguintes itens, acerca da estrutura da notícia e do texto jornalístico.

- 41 Revistas costumam adotar em seus textos estruturas de relatórios ou de textos didáticos.
- 42 O registro descritivo dos fazeres jornalísticos é chamado de rastreamento.
- 43 No telejornalismo, o texto deve ser culto, tendo em vista a necessidade de se respeitarem as regras gramaticais.
- 44 A notícia é o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante.
- 45 Tempo, lugar, instrumento e causa são sintagmas nominais da notícia.
- 46 O lide é o primeiro parágrafo da notícia no jornalismo impresso, mas pode haver outros lides no corpo do texto.

Com relação à ética e ao processo jornalístico, julgue os itens a seguir.

- 47 O direito individual de investigar, receber e difundir opiniões, entre outros, ancora a ética jornalística.
- 48 Os *house organs* são destinados aos fornecedores, enquanto os *newsletters*, aos empregados das empresas de comunicação.
- 49 O jornalismo é um processo social de ações incontroláveis.
- 50 São atributos de relevância da notícia a sua atualidade, curiosidade e emoção e as suas consequências.
- 51 A objetividade jornalística pode ser tanto a expressão sintética do fato como o resumo da complexidade social.
- 52 Os atuais provedores de informação adotam princípios deontológicos originalmente estabelecidos para o profissional jornalista.
- 53 O direito social à informação sugere o dever de expressar a diversidade conceitual com a qual ela se forma cotidianamente.
- 54 O objeto da comunicação é a realidade múltipla, uma vez que a humanidade está em frequente reconstrução simbólica da sua realidade.

Julgue os próximos itens, acerca das relações entre a comunicação, a sociedade e a cultura.

- 55 Para os estudos em comunicação, uma pintura pelo agrupamento de signos com sentido completo é um texto.
- 56 No modelo de comunicação de Lasswell, a mensagem é o que, por meio do fluxo de informações geradas, integra as instituições sociais.
- 57 A comunicação é definida como a reação mediante a percepção de um evento e a utilização de meios disponíveis para isso, de forma a criar um produto conduzido e consequencial.
- 58 Para a comunicação, os códigos terciários compõem a primeira existência.
- 59 O livro se caracteriza como um meio frio de comunicação por possibilitar a dispersão da atenção.
- 60 Epistemologicamente, a comunicação é estabelecida pela convivialidade.

Com relação aos processos de produção gráfica, julgue os itens que se seguem.

- 61 No fluxo do processo de impressão, um canal de saída de uma etapa se torna o canal de entrada de outra.
- 62 A etapa do ajuste de texto calcula o espaço que texto e imagem ocuparão em uma impressão final.
- 63 No exemplo a seguir, o revisor de texto solicita a formatação em negrito quando insere barras nas laterais de um texto sob revisão: /Ela abriu a porta/.
- 64 Na etapa de prova, o *designer* verifica a nitidez, o contraste e as fontes de iluminação de uma imagem.
- 65 O FrameMaker pode ser utilizado para editar livros e manuais, mas não apresenta a mesma versatilidade que o QuarkXPress.

Acerca da comunicação como produto do processo social, julgue os itens subsequentes.

- 66 A sociedade se expressa por meio da opinião pública, tendo vista que essa é a opinião que representa todos os segmentos da sociedade.
- 67 O jornalismo econômico trata renda *per capita* como microeconomia ou economia doméstica.
- 68 A comunicação interpessoal reforça a ação da mídia na sociedade.
- 69 Na sociedade, o eixo de compreensão de uma mensagem está na quantidade de informação recebida pela mídia.
- 70 O espaço simbólico é construído de forma desigual pelas relações sociais, na medida em que cada indivíduo ocupa posições sociais diferentes.

O objetivo da comunicação voltada para o desenvolvimento é estimular a mudança de comportamento da população com vistas à adoção de modelos comportamentais de estilos de vida saudáveis. A promoção da saúde seria alcançada pela informação divulgada nos canais corretos e com a mensagem adequada a determinado público. Essa comunicação reforçaria condutas e hábitos saudáveis e a diminuição de comportamentos de risco.

BRASIL Ministério da Saúde Secretaria de Vigilância em Saúde **Relatório de pesquisa:** gestão da saúde aplicada à vigilância em saúde: a percepção dos gestores Brasília: Ministério da Saúde, 2008 (com adaptações)

Acerca da comunicação interna e externa, julgue os próximos itens.

- 71 As organizações precisam estabelecer uma boa relação entre seus colaboradores e estimular práticas de exercícios laborais; os sistemas de *intranet* são exemplo de um meio de comunicação voltado para o público interno que é eficiente para a divulgação dessas ações.
- 72 São estratégias de ações de *endomarketing*[®] as campanhas publicitárias e a promoção de vendas de produtos ou serviços.
- 73 Ao produzir notícias para colaboradores, as organizações devem compartilhar o máximo de informações possível para exprimir uma imagem de transparência institucional.
- 74 Conhecer o funcionamento das redações, mesmo que isso represente apenas uma parte do trabalho jornalístico, é importante para os assessores construírem relações para sensibilização em torno das temáticas de interesse da organização.
- 75 A Internet alterou a rotina de produção de notícia. Entre as mudanças, destaca-se a utilização dos recursos interativos oferecidos pelos jornais digitais como enquetes, abas de comentários dos leitores e envio de *emails* aos jornalistas.

Podemos dizer que a imagem é narrativa. Por mais estática que ela seja, outras tantas são desencadeadas em nossa mente, num movimento frenético de associações. Nossas ideias se constroem a partir de imagens. A imagem é questionadora e sempre tentaremos encontrar uma resposta diante dela. Por último, em uma perspectiva subjetiva e até um pouco poética, ela é o próprio espelho, na lente da câmera, na tela, nos olhos de outro alguém. A imagem é a linguagem da alma.

Márcia Nogueira Alves *et al* **Mídia e produção audiovisual:** uma introdução Curitiba: IBPEX, 2008 (com adaptações)

Tendo o texto precedente como referência inicial, julgue os itens a seguir, relativos à teoria da imagem.

- 76 As novas tecnologias têm investido em experiências estéticas que sejam simulacros da realidade, incluindo-se entre elas a realidade aumentada, que insere objetos virtuais em ambientes reais.
- 77 A partir da tipificação da mensagem visual, a mensagem icônica refere-se à imagem das palavras.
- 78 O cenário, os objetos que compõem a cena, o elenco, o figurino, os enquadramentos e os movimentos da câmera definem a linguagem de um produto audiovisual.
- 79 A imagem mental é formada a partir da visualidade mediada por equipamentos tecnológicos, como a câmera fotográfica.
- 80 O cinema tem como modelo a percepção natural objetiva.
- 81 Os desenhos nas paredes das cavernas, no período pré-histórico, são um exemplo de tentativa de manifestação artística que procura representar a realidade.

Entre os meios de *design* de informação, o infográfico surge com a informação a partir de desenhos e gráficos que denotam um conteúdo dinâmico e interativo. A Internet propicia um ambiente que privilegia a interatividade de forma ampla a partir dos elementos da hipermídia (som, imagem e movimento), que facilitam uma melhor absorção de conhecimento e informação.

Ailton S Silva *et al* **Design de informação:** uma explosão de possibilidades num mundo imagético e interativo Portugal: Instituto Politécnico de Tomar, 2013 (com adaptações)

Tendo o texto precedente como referência inicial, julgue os itens que se seguem, a partir dos fundamentos de *design* da informação.

- 82 As campanhas educativas utilizam a linguagem gráfica com o objetivo de atingir um número elevado da população à qual se destinam. Dessa forma, não convém limitar a utilização de imagens.
- 83 Os significados dos elementos visuais incluídos nas peças gráficas precisam ser analisados, pois podem variar conforme a sociedade e o seu contexto histórico.
- 84 Entre os elementos que podem mudar a interpretação de uma informação, estão a falta de dados na mensagem; a falta de repertório do leitor e o contexto cultural/social diferente da mensagem vivenciada e experimentada por ele. Por isso, é necessária a realização de um estudo sobre o público-alvo, antes da produção das peças.
- 85 Considerando-se os níveis semióticos, os problemas de reconhecimento dos elementos gráficos acontecem no nível pragmático.

Quando deixam de chamar a atenção e se tornam triviais, as mídias se tornam realmente importantes. Se sua articulação com o cotidiano atinge um nível muito alto, a própria vida se transforma. Não por conta da mídia em si, mas pelas relações humanas ligadas a elas.

Luís M de Sá Martino **Teoria das mídias digitais** Petrópolis: Vozes, 2015 (com adaptações)

Considerando a importância das novas mídias digitais para o jornalismo, julgue os seguintes itens.

- 86 A hipertextualidade da Web torna mais fácil a utilização dessa rede por pessoas com poucos conhecimentos de informática.
- 87 A interatividade e a hipertextualidade são as características que mais influenciam e determinam as alterações que ocorrem no formato da notícia, no momento em que ela passa a ser disponibilizada pela *web*.
- 88 A Wikipédia e o Youtube são exemplos reconhecidos pela hipertextualidade aplicada.
- 89 Diante das novas mídias, a leitura perde espaço para a imagem, e o signo escrito perde espaço para os signos audiovisuais.
- 90 As informações digitais são processadas através de computadores, o que as torna mais inflexíveis.
- 91 A mobilidade e a virtualização possibilitam liberdade dos espaços físicos e tempos rígidos.

No século XXI, o ser humano se recria a partir da mídia. O movimento iniciado há um século com o cinema e a televisão atinge um grau inédito, no qual as pessoas têm a possibilidade de criar uma nova identidade individual nas mídias eletrônicas, ao mesmo tempo em que o planeta se unifica quase à força no fluxo global de imagens e sentidos.

Márcia Nogueira Alves *et al* **Mídia e produção audiovisual:** uma introdução Curitiba: IBPEX, 2008 (com adaptações)

Tendo o texto como referência inicial, julgue os próximos itens, acerca das práticas jornalísticas.

- 92 A assessoria de comunicação deve focar na produção de notícias institucionais, deixando o planejamento estratégico para segundo plano.
- 93 *Mailing list* é um termo usado para designar a lista dos contatos pessoais dos jornalistas.
- 94 *Newsletter* eletrônica é utilizada para repassar notícias externas, de interesse da organização, para todos os colaboradores.
- 95 A coletiva de imprensa é um evento em que uma assessoria de imprensa convida jornalistas para transmitir-lhes alguma informação, permitindo-se a interação do grupo com um representante da organização.
- 96 A assessoria de comunicação deve encaminhar o *press release* ao máximo de jornalistas possível, tendo em vista que a alta amplitude de informação gera espaço proporcional na mídia tradicional.
- 97 *Media training* é o nome do treinamento dados às pessoas-chave da organização para fins de adequação do trato com a imprensa.
- 98 Uma atividade operacional a ser realizada antes do lançamento de um novo produto é o envio de *teasers* para colunistas especializados e veículos com audiência segmentada.
- 99 O *spot* é uma peça radiofônica utilizada para divulgar, geralmente em forma cantada, produtos, instituições ou serviços, com o intuito de fazer que o público fixe o nome e as características do elemento divulgado.
- 100 A linguagem do produto jornalístico deve ser acessível ao público de interesse da organização.