

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com base nas disposições do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, julgue os itens a seguir.

- 51 Aceitar ou oferecer trabalho remunerado praticado com valores em desacordo com os valores mínimos estabelecidos pelo piso salarial e carga horária da categoria é prática que contraria o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.
- 52 A prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não governamentais, não é uma obrigação e sim uma responsabilidade social destas organizações.
- 53 O jornalista deve se posicionar contrariamente ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão.
- 54 Na produção de uma matéria, o jornalista deve ater-se à apuração dos fatos, desconsiderando tendências ou comportamentos públicos conhecidos de quem quer que seja.
- 55 Ao elaborar uma matéria jornalística, a qual possa ter interface com interesses comerciais da empresa, velados ou transparentes, o jornalista deve procurar conceder caráter imparcial a fim de não permitir que o público perceba qualquer interesse do veículo de comunicação na mensagem transmitida.

De acordo com a Constituição Federal de 1988 (CF), julgue os itens que se seguem, a respeito da comunicação social.

- 56 É permitida a publicação de jornal de qualquer natureza, vendido ou distribuído gratuitamente, desde que devidamente autorizada por autoridade legal.
- 57 Os percentuais da programação das emissoras de rádio e televisão referentes à regionalização da produção cultural, artística e jornalística serão estabelecidos por lei.
- 58 A propaganda de medicamentos, terapias e agrotóxicos deve conter advertências sobre os riscos e malefícios do uso apenas quando veiculadas em canais de TV aberta ou jornais de circulação irrestrita.
- 59 Outorgar e renovar concessão, permissão ou autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observando-se o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal, é competência do Poder Executivo.
- 60 O prazo da concessão ou permissão para o serviço de radiodifusão será de vinte anos, tanto para emissoras de rádio quanto para as de TV.
- 61 A participação do capital estrangeiro em empresas de comunicação deve ser restrita a, no máximo, 30% do capital total e do capital votante dessas empresas.

Tendo em vista que em 2009, o Supremo Tribunal Federal julgou inconstitucional o Decreto-Lei n.º 972/1969 — que estabelece a necessidade do diploma para o exercício da profissão de jornalista — por restringir a liberdade de expressão, acerca da regulamentação da profissão de jornalista, julgue os itens subsecutivos.

- 62 O fato de a profissão de jornalista não acarretar riscos ou danos efetivos provocados por profissional do jornalismo a terceiros, como é o caso da medicina e das demais profissões ligadas à saúde, é um dos fundamentos invocados pelo STF para justificar a não recepção do artigo 4.º da CF, o qual exige o diploma do curso superior de jornalismo.
- 63 De acordo com justificativa do autor da proposta de emenda constitucional que resgata a referida necessidade de diploma, a evolução das mídias exige profissionais cada vez mais qualificados, não apenas do ponto de vista técnico, mas, sobretudo, ético.
- 64 A jornada semanal do jornalista atuante no Serviço Público Federal é de 25 horas, de acordo com portaria do Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado.
- 65 A regulamentação da profissão de jornalista baseia-se, principalmente, na CLT e na Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

As redes sociais são fundamentais no processo de transferência de informações e redesenham o papel social da comunicação. Com relação às redes sociais, julgue os itens seguintes.

- 66 A ética, um dos fatores mais importantes dentro do conceito de responsabilidade social, é a base das relações com os *stakeholders*. Entretanto, os valores éticos são relativos à cultura e ao momento histórico de cada sociedade.
- 67 De acordo com o perfil desejado do profissional em comunicação, o papel a ser desempenhado pelo assessor de imprensa pressupõe que esse profissional tenha o entendimento acerca da administração de conflitos, sejam quais forem. Porém, o profissional não necessita entender os diversos públicos das redes de relacionamento.
- 68 As informações transmitidas e os conhecimentos adquiridos nas redes sociais também são resultantes do que é percebido pelos agentes de determinado círculo de comunicação em suas práticas, dentro do ambiente da sociedade em que essas redes se movimentam.

Do ponto de vista das organizações, há dois interesses centrais na classificação de eventos: o institucional e o promocional. A respeito desse assunto, julgue os itens subsequentes.

- 69 Um congresso é um encontro com grande número de especialistas e interessados no mesmo tema e possui caráter deliberativo, ou seja, os delegados debatem temas e propostas organizadas em teses ou por grupos de discussão e depois votam participando efetivamente das decisões tomadas.
- 70 A avaliação pós-evento implica na compilação de dados estatísticos e informações sobre o evento e a análise dos mesmos em relação à missão e objetivos do evento.
- 71 Se os propósitos do evento forem promocionais, os objetivos principais deverão incluir resultados de curto prazo, como obter uma reação de venda imediata e desestabilizar os clientes fiéis à concorrência.
- 72 O propósito de um evento classificado como feira, realizado dentro de uma universidade, é expor e comercializar os trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos docentes e alunos.
- 73 O evento de interesse institucional visa criar ou firmar o conceito/imagem da empresa, entidade, governo ou pessoa, sem objetivos mercadológicos imediatos. Ao passo que o interesse promocional visa à promoção de um produto da empresa ou de um serviço do governo, entidade, pessoa, em apoio a *marketing*, também sem fins mercadológicos.
- 74 As normas de protocolo em um cerimonial devem ser observadas com rigor, embora as regras da diplomacia ou a observância de utilização de indumentária própria e de elementos simbólicos sejam prescindíveis.

---

Considerando que os meios de comunicação são um dos principais emissores e formadores da opinião pública, julgue os itens que se seguem.

- 75 A pesquisa qualitativa caracteriza-se, principalmente, pela ausência de medidas numéricas e análises estatísticas, examinando aspectos mais profundos e subjetivos do tema em estudo.
- 76 Durante o processo de execução de uma pesquisa, deve-se considerar os aspectos do ambiente, a disposição e o engajamento do respondente ao questionário, porém a imagem da organização a qual o pesquisador é afiliado e seus conhecimentos socioculturais podem ser irrelevantes.
- 77 Na elaboração de um questionário de pesquisa qualitativa é preciso levar em consideração os objetivos da pesquisa, a relação conceito/item e a relação público-alvo/ amostra.
- 78 Após o processo de redemocratização do Brasil, os governos civis, de forma geral, utilizaram a comunicação como ferramenta de publicidade ou como estratégia de *marketing*, visando à busca de resultados imediatos favoráveis às ações governamentais.

A notícia, matéria-prima do jornalismo, origina-se de fatos políticos, sociais, econômicos e culturais. Julgue os itens a seguir, a respeito dos critérios de definição e elaboração da notícia.

- 79 Em uma série de reportagens jornalísticas, uma matéria que dá sequência a texto já publicado sobre o assunto denomina-se suíte.
- 80 No jargão da produção jornalística, os depoimentos de pessoas envolvidas no acontecimento são conhecidos como aspas e fazem parte da técnica de produção de notícias, denominada documentação.
- 81 Nem todo texto jornalístico é noticioso, mas toda notícia dever ser objeto de apuração jornalística.
- 82 O trabalho jornalístico geralmente é dividido em quatro etapas distintas: pauta, apuração, redação e edição. A redação é o tratamento das informações apuradas em um texto verbal e é exclusiva de veículos impressos.

---

Acerca do conjunto de técnicas e procedimentos específicos para a atividade de redação jornalística, julgue os próximos itens.

- 83 A técnica descritiva é a base de maior parte do conteúdo de um jornal e tem como característica ser factual e gerar impacto.
- 84 As matérias leves ou *feature* são constituídas de texto com informações pitorescas ou inusitadas, que não prejudicam ou colocam ninguém em risco; muitas vezes esse tipo de matéria beira o entretenimento.
- 85 O texto jornalístico baseia-se, essencialmente, na descrição, nas citações, na análise e na opinião. O enunciado jornalístico pode ser descritivo, analítico ou opinativo, sendo esta última categoria função do editor chefe.

---

A respeito da classificação do conteúdo jornalístico a partir dos gêneros textuais, julgue os itens seguintes.

- 86 O editorial, a coluna, a nota, a crônica e a resenha ou crítica são exemplos de gêneros opinativos no jornalismo.
- 87 O *press release*, ou simplesmente *release*, é um texto geralmente direcionado a jornalistas e tem como objetivo divulgar informações ou acontecimentos de uma organização.
- 88 A pauta, ou *briefing*, que tem como objetivo orientar o repórter a respeito da forma de estruturar a cobertura de determinado assunto, antecede a apuração.
- 89 A crônica é um gênero exclusivo do jornalismo impresso, razão pela qual é impossível transpô-la para outros suportes.
- 90 Os gêneros são tipos relativamente estáveis dos enunciados e caracterizam-se por um conteúdo temático, um estilo de linguagem e uma estrutura composicional.
- 91 A depender do contexto, a entrevista poderá ser classificada como uma técnica de apuração ou um gênero textual.

Julgue os itens a seguir, relativos aos processos de produção e edição da notícia em diferentes meios de comunicação.

- 92 A presença do repórter no local, as entrevistas com fontes de informação e o uso de fontes secundárias, como arquivos, livros, documentos e catálogos, são formas de apuração jornalística.
- 93 O gênero reportagem exige uma apuração mais longa e um texto mais elaborado; por isso, trata-se de um formato exclusivo do jornalismo em mídia impressa (jornal e revista).
- 94 Ao propor uma matéria para televisão, o jornalista deve se preocupar com o uso de imagens, cores e movimentos.
- 95 O *stand-up* é um formato de telejornal em que o apresentador trabalha em pé, e não sentado atrás da bancada; esse formato é muito utilizado em telejornais populares, como, por exemplo, Brasil Urgente e Cidade Alerta.
- 96 Em rádio e TV, a ancoragem é o trabalho de apresentação de noticiários, programas e coberturas especiais, e o jornalista responsável por essa função é chamado de âncora.

O *design* jornalístico potencializa o discurso jornalístico, ao organizar os conteúdos, criar identidade, atrair a atenção do leitor e construir o sentido por meio da relação entre as diversas matérias significantes (verbovisuais) que compõem o jornal.

E. N. Freire. *O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital*. Revista Galáxia, São Paulo, n.º 18, dez. /009, p. 291-310 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência inicial, julgue os próximos itens, relativos ao *design* jornalístico.

- 97 Os tipos Garamond, Times New Roman e Helvética são exemplos de fontes com serifa.
- 98 O projeto gráfico de uma publicação dá forma ao seu projeto editorial, e é constituído por um conjunto de regras básicas que utilizam um diagrama, ou *grid*, e um grupo de tipos de caracteres, como letras, números e sinais, para apoio do processo de produção.

Um policial militar à paisana e um assaltante morreram após troca de tiros em uma *pizzaria*, na Vila Maria, zona norte de São Paulo, no começo da madrugada desse domingo.

De acordo com a Polícia Militar, o soldado estava na *pizzaria*, na Rua Simão Borges, n.º 313, e comprava uma *pizza*, quando quatro homens entraram no local e anunciaram o assalto. O policial, que estava de folga, tentou impedir o roubo e trocou tiros com os criminosos.

O Estado de S.Paulo, 1.º /9/2013 (com adaptações).

Considerando o modelo de notícia acima e os critérios de seleção da notícia jornalística, julgue os itens subsequentes.

- 99 A matéria em apreço poderia ser veiculada como nota coberta em um telejornal, desde que o produtor obtivesse imagens da *pizzaria* onde aconteceu o evento.
- 100 Na redação da matéria em tela, o repórter fez uso de uma fonte independente.
- 101 A notícia em questão contém os seguintes valores-notícia: atualidade, violência e proximidade.

Ainda com relação aos critérios de seleção da notícia jornalística, julgue os itens que se seguem.

- 102 Ao selecionar o que deve ou não ser publicado em um jornal, o jornalista exerce o papel de *gatekeeper*.
- 103 A notícia sobre o casamento de uma celebridade se baseia no valor-notícia notoriedade.
- 104 As fontes de informação são incapazes de identificar os valores-notícia de determinada ocorrência, pois esse é um conhecimento exclusivo aos jornalistas.
- 105 O conceito de valor-notícia expressa a capacidade do jornalista de narrar, de forma objetiva, os principais acontecimentos do mundo.
- 106 Os critérios de noticiabilidade no jornalismo variam de acordo com o tipo de mídia e o público-alvo de um veículo.

Julgue os itens seguintes, referentes a produtos desenvolvidos em uma assessoria de comunicação.

- 107 O relatório pode ser uma ferramenta importante de gestão da imagem organizacional; um exemplo disso são os relatórios de sustentabilidade publicados por empresas de diferentes setores.
- 108 Um comunicado é um texto de caráter publicitário e tem como objetivo convencer os jornalistas sobre o posicionamento da organização, de forma a promover uma cobertura mais favorável à organização.
- 109 O boletim informativo, ou *newsletter*, é utilizado exclusivamente na comunicação interna de uma organização.

A respeito do processo de edição de notícias para rádio e TV, julgue os itens subsecutivos.

- 110 Em rádio e TV, o termo cabeça faz referência ao lide da matéria, geralmente narrado pelo locutor ou apresentador do noticiário.
- 111 O editor de um radiojornal é o responsável pela edição de sonoras, BGs, escaladas, *split* e, quando o for o caso, da sonorização das matérias.
- 112 Uma boa matéria radiojornalística deve apresentar clareza e precisão, conter frases longas e rebuscadas e contar com o uso de sonoras como forma de expressar a fala dos entrevistados.

As redes sociais vão atuar com um duplo papel informativo: como fontes, filtros ou espaço de reverberação das informações. Essas relações são complementares à função jornalística, não tendo o mesmo comprometimento que esta para com a credibilidade da informação, mas auxiliando a mobilizar pessoas, a construir discussões e, mesmo, a apontar diversidades de pontos de vista a respeito de um mesmo assunto.

R. Recuero. **Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo: Elementos para discussão.**  
In: Fernando Firmino da Silva e Demétrio de Azeredo Soster. **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma.**  
Santa Cruz: EDUNISC, 2009 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência inicial, julgue os itens a seguir, a respeito da relação entre o jornalismo, os blogs e as redes sociais.

- 113 Um dos efeitos negativos do uso de redes sociais na produção jornalística é a sedentarização do jornalista, que deixa de ir à rua e passa a fazer a cobertura a partir da redação.
- 114 Ao utilizar o Twitter para divulgar uma notícia ou informação, o jornalista rompe com o esquema emissor-receptor, promovendo uma relação mais horizontal e democrática com a audiência.
- 115 Criados a partir do final dos anos 90, os blogs introduziram a cultura de participação na Internet, permitindo, por exemplo, a publicação de comentários dos leitores.
- 116 O blogue, que é uma versão evoluída das páginas pessoais na Internet, traz como inovação os *posts* datados — apresentados em ordem cronologicamente invertida — e proporciona maior interatividade entre os usuários.

No que concerne à aplicação das tecnologias digitais na comunicação, julgue os itens subsequentes.

- 117 A notícia para um portal corporativo possui um formato distinto daquela publicada pelos jornais *online*. No primeiro caso, a notícia pode ter uma linguagem mais técnica e rebuscada, pois é direcionada apenas aos jornalistas que acessam o portal. Já os jornais *online* devem ter um texto acessível a qualquer tipo de leitor.
- 118 São formatos de arquivos de áudio utilizados na publicação de *podcasts* o MP3, o AAC, o MKV e o ODT.
- 119 Ao definir a arquitetura a ser adotada em um portal corporativo, o profissional de comunicação deve levar em conta os interesses dos diferentes públicos que se relacionam com a organização.
- 120 A implementação de ferramentas de comunicação *online* em uma organização deve estar em sintonia com a cultura organizacional. Dependendo da organização, o tradicional jornal mural pode ser mais efetivo que uma conta no Twitter ou uma página de *intranet*.

**RASCUNHO**

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	