

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Com relação a aspectos teóricos e éticos da comunicação, julgue o item a seguir.

- 51** Embora não tenham força de lei, os códigos de ética que regem os profissionais de comunicação baseiam-se no direito à informação, que inclui o direito de informar, a liberdade de imprensa e o direito do cidadão de ser informado e de ter acesso à informação.
- 52** Um profissional de comunicação que critica a comunicação massificada e o uso dos meios de comunicação de massa reafirma normas sociais e expõe os desvios dessas normas ao público, o que constitui uma de suas atribuições.
- 53** Devido às semelhanças entre os meios de comunicação de massa e os meios de comunicação digital, a conduta do profissional que exerce atividades nesses campos de trabalho é exatamente a mesma.

Julgue os itens subsecutivos, referentes à comunicação pública.

- 54** Comunicação pública é entendida como aquela que fortalece o Estado, a democracia e a cidadania, prevalecendo o compromisso com o interesse público.
- 55** A comunicação pública tem origem na comunicação governamental, mas são distintas: enquanto a comunicação pública se refere a tudo que seja destinado ao público, a comunicação governamental diz respeito a cada governo em si e ao terceiro setor.
- 56** A comunicação pública acontece no espaço formado pelos fluxos de informação pelos quais interagem agentes públicos e atores sociais, compartilhando informações sobre negociações, conflitos e acordos, para atender temas de interesse coletivo.
- 57** Em relação ao Estado, ações do governo, partidos políticos, terceiro setor, e, em certas circunstâncias, ações privadas, caracterizam-se como comunicação pública.
- 58** Além de relacionar cidadania, democracia e comunicação pública, a legislação brasileira estabelece como objetivos e princípios da rádio difusão pública, entre outros, a promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo e a não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual.

O advento da comunicação de massa e a midiaticização da cultura fazem parte do desenvolvimento industrial e são responsáveis por moldar a conduta e a cultura das pessoas. Com isso, a indústria de comunicação atingiu tanta importância nas sociedades modernas que tudo o que se sabe sobre a sociedade e sobre o mundo foi apreendido por intermédio dos meios de comunicação.

Considerando esse texto como motivador inicial, julgue os seguintes itens.

- 59** Por constituírem no seu conjunto uma indústria cultural e dependerem fortemente de anunciantes, os meios de comunicação de massa não são considerados pelas várias escolas do pensamento comunicacional como lugar de debate no contexto de uma esfera pública, mas sim como uma atividade meramente mercantil.
- 60** A Internet tornou-se um meio essencial de comunicação em todas as esferas da sociedade, e o ciberespaço atua como instrumento de informação, recrutamento e organização de debates ideológicos e políticos, transformando-se em ferramenta essencial na divulgação de dados e na comunicação interpessoal.

A respeito de aspectos relacionados à mutação do jornalismo a partir do surgimento da Internet e de novas mídias digitais, julgue os itens que se seguem.

- 61** No processo de adaptação do texto jornalístico à Internet, a estrutura clássica e piramidal da notícia tornou-se incompatível com essa nova hipermídia.
- 62** A migração dos meios de comunicação para as plataformas digitais é um processo irreversível: as produções de jornalismo, televisão, rádio, publicidade e *marketing* operam majoritariamente em meio digital, dispensando bases analógicas e lineares.
- 63** O fenômeno do jornalismo na Web, que atualmente alcança até as redes sociais, compara-se às transformações geradas pela revolução tecnológica de Johannes Gutenberg, que alterou os processos comunicacionais de maneira sem precedentes na história.
- 64** A notícia, principal produto do jornalismo, acompanha os contextos histórico, social, político e econômico em que estiver inserida, ocupando um papel de bem simbólico fundamental à participação nos processos de transformação da sociedade.

Com relação ao uso da segmentação pela mídia, julgue o próximo item.

- 65** A segmentação de mercado, um instrumento de *marketing*, consiste em identificar grupos de indivíduos com a finalidade precípua de lhes aplicar testes de opinião pública.

A respeito das características da redação em jornais, revistas, rádio, Internet e vídeo, julgue os próximos itens.

- 66** No radiojornalismo, ao se nominarem fontes e instituições, primeiramente se deve indicar o nome da pessoa e, em seguida, o seu cargo, evitando-se uso do plural, de abreviações, bem como a repetição de fonemas (cacofonias e rimas) e frases negativas.
- 67** O formato chamado de diamante é utilizado na redação de textos em mídias digitais e apresenta as seguintes características: a base contém a profundidade do discurso; o topo contempla o discurso; e a ponta inferior é preenchida com o nível de controle do usuário.
- 68** Um sistema hipermídia tem caráter linear e admite a inclusão de *links* e de diversos conteúdos em forma de texto, gráfico, áudio e vídeo, recursos esses que contribuem para a conquista de espectadores.
- 69** **Situação hipotética:** O chefe de um jornalista recém-contratado de um portal de notícias recomendou-lhe que, na redação de textos em ambiente digital, utilizasse algumas características da redação publicitária, entre elas o uso da função conativa da linguagem. **Assertiva:** A recomendação do chefe está correta, pois essa função da linguagem permite uma aproximação com o interlocutor da comunicação, tanto pelo uso de pronomes quanto pelo emprego do imperativo.

A respeito de imparcialidade, objetividade e veracidade enquanto princípios da imprensa, julgue os itens subsequentes.

- 70** Ao diferenciar notícia de comentário, os jornais do século XVIII lançaram as bases do jornalismo moderno.
- 71** No jornalismo, imparcialidade é a capacidade de refletir a opinião do público a que se dirige a reportagem.
- 72** A objetividade preconiza que o profissional de comunicação se abstenha de emitir juízo de valor ao relatar cena que, por ele presenciada, será material de notícia.
- 73** Veracidade pressupõe a liberdade do jornalista de decidir qual é a sua verdade e o que deve ser levado ao leitor, desde que pareça verdade.
- 74** A pirâmide invertida e o lide são produtos do jornalismo de estilo informativo.

Com relação à imprensa escrita, julgue os itens seguintes.

- 75** Fonte oficiosa é aquela que, apesar de estar oficialmente ligada a determinada instituição, não está autorizada a emitir pronunciamento em seu nome.
- 76** A noticiabilidade, isto é, a capacidade de um fato tonar-se notícia, pode ser medida em termos de valores-notícia, entre cujos critérios incluem-se o furo ou a exclusividade, que integram a categoria relativa ao público.
- 77** O relato de um acontecimento a partir do fato menos importante para o mais importante, conforme a ordem cronológica, é denominado de pirâmide invertida, técnica que privilegia a apresentação dos acontecimentos mais relevantes no final da matéria.
- 78** Denomina-se lide interrogativo o lide que introduz a matéria por meio de uma ou mais perguntas que são respondidas no próprio lide, no sublide ou ao longo da matéria.
- 79** A montagem final da reportagem corresponde à edição, etapa em que a complexidade do fato real é sintetizada na redação da matéria.

Acerca do jornalismo institucional, julgue os itens subsequentes.

- 80** No boletim, devem-se evitar informações urgentes ou imediatas devido às características de seu conteúdo: atualidades de interesse permanente.
- 81** A mensuração de valores, programas e projetos de assessoramento de comunicação fornece *feedback* de todo o processo de comunicação e, assim, auxilia na reorientação do processo de administração estratégica.
- 82** As rotinas da assessoria de imprensa incluem a conversa com a presidência da empresa acerca de notícias veiculadas que envolvem a organização; nessa situação, é necessária a checagem prévia da fonte de tais notícias, para se dimensionar a credibilidade das informações nelas apresentadas.
- 83** O assessor de imprensa deve, sempre que possível, assumir o papel de porta-voz da empresa por ele assessorada, em razão do seu vasto conhecimento a respeito da empresa e de técnicas de comunicação.

Julgue os próximos itens, relativos ao relacionamento das instituições com a imprensa, à organização de entrevistas e a produtos de assessoria de imprensa.

- 84** O assessor de imprensa de uma organização deve se relacionar de forma proativa com a imprensa externa, buscando oportunidades para colocar a empresa em evidência, abrindo espaços para que ela figure como matéria principal ou, pelo menos, como fonte.
- 85** Em prol da transparência e da veracidade das informações, o assessor de imprensa de uma organização deve solicitar à imprensa externa uma avaliação da pauta ou da matéria antes de veiculá-la.
- 86** Na entrevista de opinião, o entrevistador busca extrair do entrevistado informações a respeito de fatos que resultarão em notícia.
- 87** Dado o seu conteúdo basicamente opinativo e interpretativo, o artigo oferece uma análise sobre assunto de interesse público, razão por que tem ampla aceitação pelos veículos de comunicação.

No que se refere à comunicação organizacional, julgue os itens que se seguem.

- 88** Os elementos da comunicação propostos no modelo mecanicista são a base do processo de comunicação nas organizações, que se amplia à medida que nele sejam considerados aspectos relacionais como, por exemplo, as barreiras, os níveis de análise, as redes, os fluxos, os meios, entre outros.
- 89** O nível intrapessoal da comunicação refere-se à comunicação entre indivíduos e, também, à forma como eles se afetam mutuamente nessa comunicação, regulando e controlando uns aos outros.
- 90** Os públicos de uma instituição caracterizam-se, cada qual em sua especificidade, por fazerem parte de um agrupamento espontâneo de pessoas à procura de um posicionamento comum para solucionar uma controvérsia, em meio a uma abundância de informações para sua resolução.
- 91** A identidade institucional consiste no resultado do balanço entre percepções positivas e negativas que a empresa transmite a determinado público.
- 92** Conhecido também como jornal da empresa, o *house-organ* é um instrumento de comunicação escrita de custo inferior ao da revista, razão por que é uma ótima opção para divulgação das informações do ambiente organizacional.
- 93** A missão de uma organização apresenta a premissa que exprime como ela pretende ser vista futuramente por seus públicos.

Acerca do planejamento e da execução da comunicação nas organizações, julgue os itens a seguir.

- 94** A comunicação organizacional deve ser planejada, desenvolvida e implantada com vistas a atender os fluxos descendente, ascendente e lateral.
- 95** Comunicação interna é aquela que se processa dentro da empresa e se restringe ao âmbito das funções administrativas, por meio de uma confluência de redes e fluxos que viabilizam todo o sistema organizacional.
- 96** Em comunicação, um plano de gerenciamento de crises é um conjunto de medidas, posturas e consensos capazes de promover o sucesso de uma ação em um ambiente onde tenha ocorrido uma situação adversa.
- 97** Os canais efetivos de comunicação interna, como jornais, revistas, programas de rádio e TV em circuito interno, não contemplam características que determinam a condição jornalística, porque sua atualidade, sua periodicidade, sua universidade e sua difusão coletiva estão voltadas exclusivamente para o público interno da empresa.

A arte do planejamento gráfico de jornais e revistas sempre foi um tema amplamente admirado entre os profissionais da área. Apesar de alguns incautos ainda a considerarem uma atividade secundária, a reforma ou criação da estrutura que comportará o noticiário é tão importante quanto a própria notícia. Sem desmerecer o papel da notícia, que é elemento-chave de qualquer veículo de imprensa, de nada adianta um corpo editorial reluzente se o trabalho desses profissionais tiver sido prejudicado pela maneira como é apresentado e organizado.

André Abreu. O planejamento gráfico em tempos digitais. Internet: <<http://webcache.googleusercontent.com>> (com adaptações).

Considerando o assunto do texto apresentado, julgue os itens seguintes.

- 98** O *design* de jornais impressos tem sido revigorado em razão da concorrência na configuração midiática contemporânea, marcada pela presença das novas tecnologias digitais.
- 99** O projeto gráfico determina as características visuais da publicação e estipula um padrão a ser reproduzido em cada nova edição.
- 100** Com relação à análise do manuseio, o jornal e a revista possuem o mesmo estilo.
- 101** No Brasil, os tamanhos gráficos mais utilizados nos jornais são o Berliner (aproximadamente 47 cm × 31,5 cm) e o tabloide (aproximadamente 35,5 cm × 30,5 cm).
- 102** A estipulação do número de páginas de uma publicação é feita em observância a um equilíbrio entre conteúdo editorial e finalidade comercial.

Acerca do conceito de projeto gráfico, julgue os itens subsequentes.

- 103** Destacam-se em uma página impressa os elementos e princípios básicos da Gestalt: suas leis de percepção das formas, da constância dos objetos, do princípio do isomorfismo e da teoria da dinâmica de campos.
- 104** Enquanto ponto de apoio para uma página, uma fotografia constitui um elemento secundário no processo de diagramação.
- 105** Utilizado nas artes gráficas, o termo *desktop publishing* — editoração eletrônica — relaciona-se ao fluxo de trabalho em diagramação e na composição de textos.
- 106** O tamanho do corpo da letra determina o espaçamento natural entre uma linha e outra composição gráfica.
- 107** A composição visual moderna baseia-se no projeto vertical: as matérias são dispostas no sentido vertical, de cima para baixo, e ocupam somente uma coluna, o que facilita e dinamiza a leitura.
- 108** Os principais elementos do trabalho gráfico são o branco do suporte e o preto do impresso.

A visualização da informação e os infográficos são recursos amplamente utilizados na mídia impressa, visando-se à diminuição das barreiras de entendimento do conteúdo. Tal recurso mostra-se útil para tratar de tipografia, uma das áreas de conhecimento base da comunicação e do *design* visual que está relacionada tanto com o projeto quanto com o uso consciente de símbolos alfabéticos na construção da mensagem.

Uriá Fassina Firmino. A infografia como recurso comunicacional no processo de aquisição de informação e compreensão de tipografia. Internet: <[www.uel.br](http://www.uel.br)> (com adaptações).

Tendo o texto precedente como referência inicial, julgue os itens subsecutivos, relativos a propriedades de um projeto gráfico editorial.

- 109** Os três gêneros de comportamento para a tipografia são texto, informação e imagem, os quais apresentam em comum a legibilidade como fator crítico, uma vez que se relacionam igualmente à legibilidade de conteúdo e à intencionalidade da comunicação.
- 110** O espaçamento positivo deve ser evitado se a finalidade for ajustar uma ou mais linhas de um texto justificado.
- 111** A família tipográfica é o conjunto de caracteres que possuem as mesmas características de desenho, independentemente de suas variações de peso, inclinação e corpo.
- 112** O *tracking* altera o espaçamento existente em todo o conjunto de letras de uma única palavra, de uma frase ou de um parágrafo inteiro.
- 113** São exemplos de tipos de organização as chamadas, as legendas e os intertítulos.
- 114** Espaços em branco têm a função de facilitar a leitura e a compreensão do texto.

Com relação a técnicas de editoração modernas, julgue os itens que se seguem.

- 115** A grade e o diagrama são os elementos geométricos que organizam o processo de configuração ergonômica da diagramação.
- 116** O diagrama retangular é utilizado para textos contínuos, comuns em livros, relatórios e textos acadêmicos, por exemplo.
- 117** O diagrama modular é utilizado para controlar um volume maior de texto ou para dispor informações diferentes em colunas separadas.
- 118** Os comprimentos das linhas de texto considerados eficientes em páginas compostas por uma única coluna variam entre quarenta e cinquenta caracteres.
- 119** Entre as figuras geométricas, o triângulo equilátero é a única base considerada ideal para a formatação de uma página.
- 120** A escala gráfico-modular é um conjunto preestabelecido de proporções harmônicas: caso se utilize como referência a sequência de Fibonacci, deve-se começar pelo número 1, sendo cada termo subsequente constituído por um número ímpar, em ordem crescente.