

**-- CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS --**

Julgue os itens subsequentes, referentes à comunicação pública.

- 51** Entre os instrumentos de comunicação pública que surgiram ou foram ampliados nas últimas décadas estão: ouvidorias, audiências públicas e serviços prestados por meio eletrônico.
- 52** Relatórios, bancos de dados, publicações institucionais, *banners*, folhetos, cartazes, boletins eletrônicos, manuais e discursos são instrumentos de comunicação pública classificados como diálogo, já que pressupõem uma conversa direta com o cidadão.
- 53** O objetivo principal da comunicação pública é estimular a sociedade a participar ativamente da vida política para garantir que todos tenham acesso àquilo que têm direito como cidadãos.
- 54** A área da comunicação pública inclui o que está relacionado ao aparato estatal, às ações governamentais, aos partidos políticos, aos Poderes Legislativo e Judiciário, ao terceiro setor, às instituições representativas, ao cidadão individualmente, mas jamais às ações privadas.
- 55** A partir do efeito pretendido e do público a ser atingido, é possível classificar os instrumentos de comunicação institucionalizados em três tipos: medianos, superficiais e indiretos.

Julgue os itens que se seguem, a respeito da Lei de Acesso à Informação (LAI).

- 56** Por tratar de informações de órgãos fundamentais na estrutura do Estado brasileiro, a LAI estabelece o acesso à informação como exceção, sendo o sigilo a regra.
- 57** A LAI trata dos procedimentos a serem observados pela União, estados, Distrito Federal e municípios, para garantir o acesso a informações previsto na Constituição Federal de 1988.
- 58** A transparência ativa da LAI pressupõe a disponibilidade pública de dados e informações pela Internet.

Considerando a comunicação nas organizações, julgue os itens a seguir.

- 59** A comunicação organizacional, entendida de forma integral, é elemento que atravessa todas as ações de uma organização e configura a construção de sua cultura e identidade.
- 60** Ao apresentar-se na estrutura organizacional, a área de comunicação deve sempre adotar a forma de assessoria ou *staff*, não devendo jamais seguir uma linha de autoridade.

Acerca da assessoria de comunicação e do papel do assessor, julgue os próximos itens.

- 61** Com as mudanças no cenário tecnológico, o papel do assessor de comunicação tem-se aproximado da esfera da comunicação mercadológica por meio de, por exemplo, redação de conteúdos pautados não só por valores-notícia, mas também por técnicas de *marketing* de conteúdo, como o SEO.
- 62** O cenário de midiaticização das assessorias de comunicação tem transformado a função do assessor de comunicação em mero facilitador entre as organizações e os meios de comunicação de massa.
- 63** A gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e a imprensa é de responsabilidade da assessoria de comunicação.

Julgue os itens seguintes, em relação a sugestões de pauta, *releases* e artigos.

- 64** Em se tratando de órgão público, em respeito ao princípio da impessoalidade, o assessor de comunicação jamais deve entrar em contato com jornalista específico que tenha interesse em determinado assunto para lhe apresentar proposta de pauta exclusiva.
- 65** Atualmente, devido à multiplicidade de acontecimentos pautados pela própria sociedade, é desnecessário que o assessor de comunicação realize levantamento prévio de pautas, pois os assuntos podem mudar a todo momento.
- 66** A principal vantagem do *social media release* em relação a *release* convencional é oferecer um conteúdo mais completo e abrangente, que pode ser replicado pelo público de interesse alcançado.

A respeito dos produtos de uma assessoria de comunicação, julgue os itens a seguir.

- 67** As atividades da auditoria de mídia abrangem a identificação do posicionamento da imprensa sobre a organização, quais os temas e as fontes usados no noticiário.
- 68** Artigos são produtos de conteúdo jornalístico essencialmente informativo que fazem parte da rotina das assessorias de comunicação, mas não têm aceitação na mídia escrita atualmente.
- 69** O atendimento aos veículos de comunicação realizado por um profissional contratado especificamente para lidar com a imprensa está em consonância com o entendimento de que as atividades da organização têm interesse público e de que o seu bom relacionamento com a imprensa garante o fluxo de informação à sociedade.
- 70** O *clipping* consiste na identificação rotineira de citações sobre a organização ou determinados temas nos veículos de comunicação, seguida da organização das informações, sua avaliação e encaminhamento ou disponibilização para ciência dos interessados.

**Espaço livre**

Julgue os itens que se seguem, a respeito da organização de entrevistas coletivas.

- 71** O local de uma coletiva deve ser de fácil acesso e devidamente preparado em função das exigências técnicas dos diferentes veículos de comunicação.
- 72** Uma entrevista coletiva ocorre na seguinte sequência: informação das regras da entrevista aos jornalistas; apresentação da fonte; exposição do tema; questionamentos dos veículos presentes; e encerramento, após o qual, em algumas situações, pode haver distribuição do material de imprensa e organização de entrevistas individuais.

Acerca da comunicação de crise, julgue os itens subsecutivos.

- 73** Na comunicação de crise grave, a organização deve se comunicar de forma exclusivamente institucional, a fim de preservar a imagem de seus gestores.
- 74** O comunicado de crise deve ser longo e conter todas as explicações necessárias para informar o público do que pode estar acontecendo, ainda que as investigações sobre o fato que deu causa à crise não tenham sido concluídas.

No que se refere ao jornalismo institucional e à comunicação interna, julgue os itens a seguir.

- 75** A comunicação não verbal dentro das empresas é irrelevante para a estratégia de comunicação interna, pois não transmite informações objetivas.
- 76** O jornalismo institucional é uma atividade integrada do campo da comunicação institucional, assim como outras áreas, como publicidade e propaganda e relações públicas.
- 77** Os veículos de jornalismo institucional podem ser destinados tanto ao público interno da organização quanto ao público externo, como clientes e fornecedores.
- 78** O público-alvo do jornalismo institucional é heterogêneo, formado por indivíduos com interesses bastante distintos.
- 79** A estruturação de canais e ações, como veículos de comunicação e eventos internos, consiste na primeira etapa da comunicação interna.
- 80** A assessoria de imprensa é uma das atividades que compõem o campo da comunicação institucional.
- 81** O público-alvo do jornalismo institucional é composto por indivíduos que são afetados pelas ações da organização e têm interesse direto nas informações institucionais.
- 82** A comunicação interna é do interesse apenas dos empregados contratados com carteira assinada, que são os representantes oficiais da organização.

Julgue os próximos itens, referentes a *agenda setting*, *gatekeeping*, *newsmaking* e espiral do silêncio.

- 83** A teoria da espiral do silêncio, formulada por Elisabeth Noelle-Neumann, parte da premissa de que a opinião pública é formada livremente pelos indivíduos e reforçada pelos meios de comunicação, que atuam de forma neutra, sem exercer influência significativa no processo de conformação das ideias sociais.
- 84** Consoante a teoria do agendamento (*agenda setting*), os meios de comunicação de massa têm o poder de influenciar diretamente os temas e comportamentos sociais, definindo o que o público deve pensar.
- 85** Segundo a teoria do *newsmaking*, o jornalista possui autonomia plena na construção da notícia, sendo a decisão editorial resultado majoritário de suas preferências pessoais e intenções ideológicas, ainda que existam algumas limitações técnicas e organizacionais no ambiente da redação.

Julgue os itens seguintes, no que diz respeito à entrevista.

- 86** O título dado a uma entrevista destaca a declaração de maior relevância informativa, segundo o critério do repórter.
- 87** A edição do conteúdo de uma entrevista é necessária para a garantia da clareza do texto e a manutenção da função noticiosa.
- 88** A entrevista em texto corrido é caracterizada pelo uso do discurso direto, não cabendo o emprego do discurso indireto.

No que concerne ao fotojornalismo, julgue os itens subsequentes.

- 89** Por seu alto potencial emocional, o uso de imagens no fotojornalismo deve ser restrito em coberturas de conflitos ou tragédias, sob o risco de manipulação sensacionalista do público.
- 90** O fotojornalismo, ao documentar visualmente a realidade, aproxima-se da função histórica e antropológica da fotografia, ainda que seu compromisso primeiro seja com a atualidade dos fatos.

**Espaço livre**

Acerca do telejornalismo e do radiojornalismo, julgue os itens que se seguem.

- 91** O rádio é o meio de comunicação com maior acesso entre populações de baixa renda ou em regiões remotas.
- 92** A etapa de pré-produção é de responsabilidade dos repórteres, portanto dela não participam produtores ou editores.
- 93** A gravação de *off* e a decupagem das entrevistas são atividades da etapa de pós-produção.
- 94** A checagem de informações ocorre apenas na etapa de pós-produção, depois de o material ser editado.
- 95** A montagem do espelho do programa é feita na fase de produção, uma vez que depende da definição dos temas a serem abordados.
- 96** A linguagem visual da televisão permite maior apelo sensorial que a linguagem radiofônica, por isso o rádio é considerado menos emocional.
- 97** Durante todas as etapas de produção jornalística, o conteúdo pode ser reavaliado para se adequar à linha editorial da emissora.

Em relação ao Comitê de Comunicação Social do Poder Judiciário, julgue os itens subsequentes, de acordo com a Portaria CNJ n.º 198/2019.

- 98** As reuniões ordinárias desse comitê são realizadas mensalmente, e as extraordinárias, apenas quando demandadas.
- 99** A composição do referido comitê inclui responsáveis pela comunicação social dos tribunais e conselhos superiores, bem como o secretário de comunicação do STF.
- 100** Cabe ao mencionado comitê analisar as ações de propaganda dos tribunais, observados os parâmetros definidos pela Secretaria de Comunicação Social do CNJ.
- 101** O trabalho dos membros do mencionado comitê ocorre sem prejuízo de suas tarefas ordinárias e dá direito a remuneração complementar.
- 102** Entre as atribuições desse comitê está o acompanhamento da aplicação das diretrizes da comunicação social instituídas pelo CNJ, porém não cabe ao comitê sugerir ao CNJ medidas corretivas, porque isto está fora de sua competência.

Julgue os seguintes itens, com base no disposto na Resolução CNJ n.º 407/2021, que institui o Plano Complementar de Comunicação Interna dos Tribunais.

- 103** O Conselho da Justiça Federal e o Conselho Superior da Justiça do Trabalho poderão utilizar os canais instituídos pela referida resolução para as respectivas comunicações institucionais, mediante assunção do papel de administrador ou encaminhamento direto às unidades de comunicação social que detenham esse papel junto aos tribunais.
- 104** As divulgações urgentes deverão ser agrupadas em boletins semanais ou quinzenais, a fim de que haja uma visão do conjunto das demandas.
- 105** Todos os tribunais, inclusive o STF, deverão possuir canal digital de distribuição de comunicação instantânea ou assíncrona com todos os magistrados e servidores vinculados ao respectivo órgão.

No que se refere ao Pacto Nacional do Judiciário pela Linguagem Simples, julgue os próximos itens.

- 106** O Marco Civil da Internet teve importante impacto sobre a comunicação *online* ao dispor sobre a segurança jurídica dos usuários e determinar maior fiscalização e transparência do poder público.
- 107** O referido pacto preconiza a formação continuada de magistrados e servidores para que sejam capacitados a elaborar textos em linguagem simples e acessível à sociedade em geral.
- 108** A linguagem simples pressupõe acessibilidade, devendo os tribunais aprimorar as formas de inclusão, como o uso da língua brasileira de sinais e de audiodescrição, sempre que possível.
- 109** São três os eixos em que se secciona o referido pacto para a consecução de seus objetivos: simplificação da linguagem dos documentos; brevidade nas comunicações; e objetividade nos canais de comunicação.
- 110** O mencionado pacto prevê a criação de manuais e guias para orientar o cidadão sobre o significado das expressões técnicas indispensáveis dos textos jurídicos.
- 111** Segundo o pacto em tela, o eixo relativo à brevidade nas comunicações não se aplica aos pronunciamentos orais realizados durante os eventos promovidos no Poder Judiciário.

**Espaço livre**

No que diz respeito às novas tecnologias de comunicação e ao jornalismo jurídico, julgue os itens seguintes.

- 112** Na cobertura jornalística do Poder Judiciário, o jornalista deve dominar a linguagem técnica característica do português jurídico, mas deve também ser capaz de expressar com clareza as informações a fim de que a sociedade compreenda as decisões que impactam seus direitos.
- 113** Nos textos jornalísticos para a Internet, o tradicional modelo da pirâmide invertida foi extinto em razão do surgimento de novos gêneros textuais, que requerem uma linguagem mais dinâmica, fluida e sem regras.
- 114** Em vez de um único produto de comunicação voltado para uma ampla massa, a Web permite a criação de diferentes formatos editoriais, cada um focado em grupos específicos de usuários.
- 115** A interatividade no jornalismo, característica marcante da comunicação digital, já existia antes do advento da Internet, a exemplo das seções de cartas aos jornais e dos telefonemas para programas de rádio.
- 116** No que se refere à sua arquitetura informacional, uma rede social como o X, antigo Twitter, caracteriza-se como uma micromídia, na qual há limitação do espaço textual.
- 

Em relação aos impactos da comunicação na Internet e ao *link* como elemento do jornalismo digital, julgue os itens a seguir.

- 117** Os *links* proporcionam acesso a bases de dados cujas informações podem ser acionadas por qualquer usuário.
- 118** Os *links*, elementos-chave da escritura hipertextual, são disponibilizados por meio de recursos gráficos típicos do jornalismo digital, como botões, agulhas, pisca-alertas, mapas e barras.
- 

Julgue os itens que se seguem, referentes a *fake news* e jornalismo.

- 119** No jornalismo, o termo desinformação só deve ser usado para se referir a ataques de *hackers*.
- 120** Segundo estudiosos da área jornalística, o termo *fake news*, traduzido como notícias falsas, deve ser evitado, porque a palavra notícia pressupõe uma informação verificável de interesse público; logo, conteúdos que não atendem a esses padrões não devem ser considerados notícias.
- 

**Espaço livre**

---