



FUNDAÇÃO FLORESTAL-SP

FUNDAÇÃO PARA A CONSERVAÇÃO E A PRODUÇÃO FLORESTAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

JORNALISMO - ANALISTA DE GESTÃO

- ▶ Língua Portuguesa
- ▶ Raciocínio Lógico-Matemático
- ▶ Conhecimentos Específicos

INCLUI QUESTÕES GABARITADAS

EDITAL N° 01/2026



BÔNUS

ÁREA DO
CONCURSEIRO

- **Português:** Ortografia, Fonologia, Acentuação Gráfica, Concordância, Regência, Crase e Pontuação.
- **Informática:** Computação na Nuvem, Armazenamento em Nuvem, Intranet, Internet, Conceitos, Protocolos e Segurança da informação.

41
ANOS
A SOLUÇÃO PARA O SEU CONCURSO



AVISO IMPORTANTE:

Este é um Material de Demonstração

Este arquivo é apenas uma amostra do conteúdo completo da Apostila.

Aqui você encontrará algumas páginas selecionadas para que possa conhecer a qualidade, estrutura e metodologia do nosso material. No entanto, **esta não é a apostila completa.**

POR QUE INVESTIR NA APOSTILA COMPLETA?

- ✖ Conteúdo totalmente alinhado ao edital
- ✖ Teoria clara, objetiva e sempre atualizada
- ✖ Questões gabaritadas
- ✖ Diferentes práticas que otimizam seus estudos

Ter o material certo em mãos transforma sua preparação e aproxima você da **APROVAÇÃO.**

Garanta agora o acesso completo e aumente suas chances de aprovação:
<https://www.editorasolucao.com.br/>



FUNDAÇÃO FLORESTAL

FUNDAÇÃO PARA A CONSERVAÇÃO E A
PRODUÇÃO FLORESTAL DO ESTADO DE SÃO
PAULO

Jornalismo- Analista de
Gestão

EDITAL Nº 01/2026

CÓD: SL-046JH-26
7901183000036

Língua Portuguesa

1. Ortografia e acentuação	9
2. Emprego do sinal indicativo de crase.....	15
3. Compreensão e interpretação de textos de gêneros variados; Relação do texto com seu contexto histórico.....	18
4. Denotação e conotação; Sinonímia e antonímia.	18
5. Discurso direto, discurso indireto e discurso indireto livre	19
6. Intertextualidade	21
7. Figuras de linguagem	22
8. Morfossintaxe; Coordenação e subordinação	25
9. Elementos estruturais e processos de formação de palavras	26
10. Pontuação	27
11. Pronomes.....	29
12. Concordância nominal e concordância verbal	30
13. Flexão nominal e flexão verbal, Vozes do verbo; Correlação de tempos e modos verbais.....	34
14. Regência nominal e regência verbal	37
15. Conectivos.....	41
16. Redação (confronto e reconhecimento de frases corretas e incorretas; organização e reorganização de orações e períodos; equivalência e transformação de estruturas)	41

Raciocínio Lógico-Matemático

1. Estrutura lógica de relações arbitrárias entre pessoas, lugares, objetos ou eventos fictícios; deduzir novas informações das relações fornecidas e avaliar as condições usadas para estabelecer a estrutura daquelas relações. Compreensão do processo lógico que, a partir de um conjunto de hipóteses, conduz, de forma válida, a conclusões determinadas. formação de conceitos, discriminação de elementos.....	57
2. Compreensão e elaboração da lógica das situações por meio de: raciocínio verbal	69
3. Raciocínio matemático.....	74
4. Raciocínio sequencial, orientação espacial e temporal	86
5. Noções básicas de proporcionalidade e porcentagem: problemas envolvendo regra de três simples, cálculos de porcentagem, acréscimos e descontos.....	90
6. Noções de Estatística: medidas de tendência central (moda, mediana, média aritmética simples e ponderada) e de dispersão (desvio médio, amplitude, variância, desvio padrão); leitura e interpretação de gráficos (histogramas, setores, infográficos) e tabelas	93

Conhecimentos Específicos

Jornalismo - Analista de Gestão

1. Teorias da Comunicação	107
2. Teorias do Jornalismo	110
3. Jornalismo Pós-Industrial.....	113
4. História da Imprensa escrita no Brasil.....	117
5. História do rádio e da televisão no Brasil, com ênfase no jornalismo	120

ÍNDICE

6. Comunicação organizacional	123
7. Comunicação Institucional.....	126
8. Teoria da opinião pública: Formas de mensurar a opinião pública.....	129
9. Assessoria de Imprensa	131
10. Assessoria de Comunicação: Comunicação Pública, conceitos e práticas	135
11. Manual de Jornalismo da EBC (Empresa Brasil de Comunicação)	138
12. Jornalismo digital.....	138
13. Media training.....	141
14. Fotojornalismo: Tipos de câmeras	144
15. Estruturas da Redação Jornalística.....	147
16. Redação dos diferentes gêneros jornalísticos: notícia, crônica, editorial, coluna, crítica, comentário, fait-divers, conto, entrevista, reportagem, feature, resenhas, press release, infografia e legendas, adaptados à imprensa escrita, radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo digital; Manual de Redação da Presidência da República	150
17. Noções de Arquitetura da Informação: hierarquia, Wire frames, taxionomia, inventário de conteúdo.....	157
18. Princípios de pauta	160
19. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.....	165
20. Legislação profissional em Jornalismo	167
21. Manual de Assessoria de Imprensa da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas).....	169
22. Gerenciamento de crise.....	169
23. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: Comunicação social	172
24. Direito de Resposta.....	173
25. Jornalismo e Interesse público.....	176
26. Jornalismo e Direitos fundamentais	180
27. Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2012).....	183
28. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD (Lei nº 13.709/2018 com redação dada pela Lei nº 13.853/2019)	190
29. Edição na imprensa escrita; Edição no telejornalismo (enquadramentos, iluminação, microfones, câmeras etc.).....	204
30. Iluminação em telejornalismo	207
31. Edição em rádio, jornalismo e edição em jornalismo digital	211
32. Noções de diagramação: Cores na impressão, na televisão e na mídia digital	214
33. Tipos de papel para impressão	217
34. Laudas para telejornalismo.....	220
35. Comunicação dirigida.....	223
36. Política Nacional de Linguagem Simples (Lei nº 15.263/2025).....	226
37. Coordenação de produção, pesquisador, produção audiovisual	227
38. Criação e produção TV; Locução e apresentação.....	230
39. Produção e Apresentação de Programas de Rádio e TV	234
40. Jornalismo público, jornalismo institucional, comunicação ambiental, divulgação científica e comunicação de interesse público	237
41. Comunicação de crise, comunicação de risco, relacionamento com imprensa, redes sociais, linguagem simples e transparência	240
42. Biodiversidade, UCs, incêndios florestais, restauração, uso público, bioeconomia e conflitos socioambientais como temas de comunicação pública.....	244
43. Planejamento de pautas, produção textual, métricas de comunicação, acessibilidade e comunicação digital	248
44. Legislação Ambiental: Política Nacional do Meio Ambiente.....	252

ÍNDICE

45. Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC)	258
46. Licenciamento ambiental e avaliação de impactos ambientais	260
47. Legislação ambiental aplicada ao Estado de São Paulo	262

LÍNGUA PORTUGUESA

ORTOGRAFIA E ACENTUAÇÃO

MUDANÇAS NO ALFABETO

Uma das primeiras alterações trazidas pelo Acordo Ortográfico foi a reintrodução das letras K, W e Y no alfabeto da Língua Portuguesa, expandindo-o para um total de 26 letras. Antes da reforma, essas letras eram consideradas estrangeiras e, portanto, seu uso era restrito a situações específicas, como em nomes próprios, siglas e estrangeirismos. Com a nova ortografia, essas letras passaram a ser oficialmente reconhecidas e integradas ao alfabeto, o que reflete a influência e a presença crescente de palavras de outras línguas em nosso cotidiano.

O alfabeto completo atualmente é:

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

Aplicações das Letras Reintroduzidas:

- **Letra K:** Usada em palavras como kilograma, karaokê, e em nomes próprios, como Kátia ou em siglas como km (quilômetro).
- **Letra W:** Aparece em palavras como web, whisky e em siglas como www (World Wide Web). Também é comum em nomes próprios, como William.
- **Letra Y:** Encontrada em palavras como yakisoba ou em nomes como Yasmin, além de ser empregada em termos matemáticos e científicos, como na abreviação de unidades de medida (yard).

Essas mudanças visam a modernização e a internacionalização da língua, refletindo a influência de outros idiomas e culturas. É importante lembrar que, apesar de sua reintrodução no alfabeto, o uso dessas letras continua sendo menos frequente no português do que em outras línguas, predominando em situações específicas, como estrangeirismos, siglas e nomes próprios. Portanto, em contextos formais, é necessário ter cuidado para manter o uso adequado dessas letras dentro das novas regras ortográficas.

TREMA

O trema (¨), que consistia em um sinal gráfico utilizado sobre a letra “u” para indicar sua pronúncia em determinadas situações, foi eliminado do português na maior parte dos casos com a entrada em vigor do Acordo Ortográfico. Antes da mudança, o trema era aplicado em palavras onde a letra “u” deveria ser pronunciada nos grupos “que”, “qui”, “gue” e “gui”, como em tranqüilo e lingüiça.

Como fica o uso do trema após a reforma:

- Palavras como agüentar, lingüiça e tranqüilo passaram a ser escritas sem o trema, ficando aguentar, linguíça e tranquilo.

No entanto, é importante ressaltar que o som do “u” nesses casos continua existindo. Ou seja, mesmo sem o trema, as palavras devem ser pronunciadas como antes, respeitando a articulação do “u” nas combinações mencionadas.

Exemplos práticos de palavras que perderam o trema:

- **Como era:** seqüência, cinqüenta, tranqüilo.
- **Como ficou:** sequência, cinquenta, tranquilo.

► Observação Importante

Embora o uso do trema tenha sido abolido em palavras da língua portuguesa, ele ainda permanece em palavras de origem estrangeira e seus derivados, especialmente aquelas provenientes do alemão, como em Müller, Hübner, führer, ou em expressões que mantêm a grafia original, como über. Isso ocorre para preservar a pronúncia correta e a integridade do idioma de origem.

O fim do uso do trema foi uma mudança significativa, mas que busca simplificar a escrita da língua portuguesa, eliminando sinais gráficos desnecessários em palavras já consolidadas. Essa alteração reforça a necessidade de os falantes estarem atentos à correta articulação de palavras, mesmo sem o auxílio visual do trema, garantindo a adequação e precisão na comunicação escrita e oral.

REGRAS DE ACENTUAÇÃO

As regras de acentuação da Língua Portuguesa também sofreram ajustes importantes com o Acordo Ortográfico. A seguir, apresentamos as principais mudanças, destacando como elas impactam a escrita de palavras paroxítonas, oxítonas e outros casos específicos.

► Ditongos Abertos “éi” e “ói” em Palavras Paroxítonas

Uma das alterações significativas foi a eliminação do acento nos ditongos abertos “éi” e “ói” em palavras paroxítonas, ou seja, aquelas que possuem a sílaba tônica na penúltima posição.

- **Como era:** alcatéia, heróico, idéia.
- **Como ficou:** alcateia, heroico, ideia.

- **Observação:** Essa regra não se aplica às palavras oxítonas (com a sílaba tônica na última posição), que continuam acentuadas. Por exemplo:

- **Oxítonas:** papéis, herói, heróis, troféu, troféus.

► **Acento em “i” e “u” Tônicos Após Ditongo**

O Acordo Ortográfico também eliminou o acento nos “i” e “u” tônicos em palavras paroxítonas que aparecem após um ditongo.

- **Como era:** baiúca, feiúra, saíuda.
- **Como ficou:** baiuca, feiura, saiuda.
- **Exceção:** Se a palavra for oxítona e o “i” ou “u” estiverem em posição final ou seguidos de “s”, o acento permanece:

Ex.: tuiuiú, tuiuiús, Piauí.

► **Fim do Acento em Palavras Terminadas em “êem” e “ôo(s)”**

O Acordo Ortográfico determinou a eliminação do acento em palavras que terminam em “êem” e “ôo(s)”.

- **Como era:** crêem, vêem, dêem (do verbo dar); enjão, abençoô, perdôo.
- **Como ficou:** creem, veem, deem; enjoo, abençoô, perdoo.

► **Acentos Diferenciais**

Outra mudança importante foi a eliminação de certos acentos diferenciais, que tinham a função de distinguir palavras de mesma grafia, mas com significados diferentes.

Pares que perderam o acento diferencial:

- pára (do verbo parar) e para (preposição).
- pêlo(s) (substantivo) e pelo(s) (contração de “por” + “o(s)”).
- pólo(s) (substantivo) e polo(s) (lugar).
- pêra (fruto) e pera (preposição arcaica).

Acentos diferenciais que permanecem:

- pôr (verbo) e por (preposição).
- pôde (passado do verbo “poder”) e pode (presente do verbo “poder”).

Além disso, os acentos que diferenciam o singular do plural dos verbos ter e vir, assim como seus derivados (manter, deter, conter, etc.), foram mantidos:

Ex.:

Ele tem / Eles têm

Ele vem / Eles vêm

- **Nota:** O uso do acento circunflexo para diferenciar a forma verbal “fôrma” de “forma” tornou-se opcional.

Essas mudanças simplificam a escrita, mas exigem atenção e prática para serem incorporadas corretamente. Conhecer essas regras é crucial para garantir a conformidade com a norma culta e evitar erros comuns em contextos formais, como redações de concursos públicos e outros exames que exigem precisão na escrita.

USO DO HÍFEN

O uso do hífen é uma das áreas que mais sofreu alterações com o Acordo Ortográfico, gerando dúvidas e exigindo atenção especial. O objetivo foi padronizar o uso de prefixos. A seguir, apresentamos as principais regras de forma clara e objetiva, com exemplos para facilitar a compreensão.

► **Regra Básica do Hífen com a Letra “H”**

Sempre se usa o hífen quando a segunda palavra começa com a letra “h”.

Ex.: anti-higiênico, super-homem, pré-história.

Prefixos Terminados em Vogal:

O uso do hífen com prefixos terminados em vogal varia conforme a vogal ou consoante que inicia o segundo elemento:

Sem hífen diante de vogal diferente:

- **Exemplos:** autoescola, autoajuda, antiaéreo, antieducativo.

Sem hífen diante de consoante diferente de “r” e “s”:

Ex.: anteprojeto, semicírculo, infrassom.

Sem hífen diante de “r” e “s”, dobrando-se essas letras:

Ex.: antirracismo, antissocial, ultrassom.

Com hífen diante da mesma vogal:

Ex.: contra-ataque, micro-ondas, auto-observação.

Prefixos Terminados em Consoante

Para prefixos que terminam em consoante, as regras são as seguintes:

Com hífen diante da mesma consoante:

Ex.: inter-regional, sub-bibliotecário, super-requintado.

Sem hífen diante de consoante diferente:

Ex.: intermunicipal, supersônico, submarino.

Sem hífen diante de vogal:

Ex.: interestadual, superinteressante, superaquecimento.

Casos Especiais com Prefixos:

Algumas observações especiais sobre o uso do hífen em prefixos específicos:

Com o prefixo “sub-”, usa-se o hífen diante de palavras iniciadas por “r”:

Ex.: sub-região, sub-raça.

Palavras iniciadas por “h” perdem essa letra e se unem sem hífen:

Ex.: subumano, subumanidade.

RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO

ESTRUTURA LÓGICA DE RELAÇÕES ARBITRÁRIAS ENTRE PESSOAS, LUGARES, OBJETOS OU EVENTOS FICTÍCIOS; DEDUZIR NOVAS INFORMAÇÕES DAS RELAÇÕES FORNECIDAS E AVALIAR AS CONDIÇÕES USADAS PARA ESTABELECEER A ESTRUTURA DAQUELAS RELAÇÕES. COMPREENSÃO DO PROCESSO LÓGICO QUE, A PARTIR DE UM CONJUNTO DE HIPÓTESES, CONDUZ, DE FORMA VÁLIDA, A CONCLUSÕES DETERMINADAS. FORMAÇÃO DE CONCEITOS, DISCRIMINAÇÃO DE ELEMENTOS

A habilidade de discernir e construir relações lógicas entre entidades diversas é uma competência fundamental no pensamento analítico. Ela permite que um indivíduo percorra informações e estabeleça conexões significativas, mesmo quando os elementos envolvidos são abstratos ou hipotéticos. Ao explorar este domínio, desenvolve-se a capacidade de extrair conclusões válidas e verificar a solidez das premissas subjacentes. Tal habilidade é crucial para a resolução de problemas complexos e para a tomada de decisões informadas em uma variedade de contextos.

Agora, veremos os conteúdos necessários para aprimorar essa habilidade:

LÓGICA PROPOSICIONAL

Uma proposição é um conjunto de palavras ou símbolos que expressa um pensamento ou uma ideia completa, transmitindo um juízo sobre algo. Uma proposição afirma fatos ou ideias que podemos classificar como verdadeiros ou falsos. Esse é o ponto central do estudo lógico, onde analisamos e manipulamos proposições para extrair conclusões.

► Valores Lógicos

Os valores lógicos possíveis para uma proposição são:

- Verdadeiro (V), caso a proposição seja verdadeira.
- Falso (F), caso a proposição seja falsa.

Esse fato faz com que cada proposição seja considerada uma declaração monovalente, pois admite apenas um valor lógico: verdadeiro ou falso.

► Axiomas fundamentais

Os valores lógicos seguem três axiomas fundamentais:

▪ **Princípio da Identidade:** uma proposição é idêntica a si mesma. Em termos simples: $p \equiv p$. Exemplo: "Hoje é segunda-feira" é a mesma proposição em qualquer contexto lógico.

▪ **Princípio da Não Contradição:** uma proposição não pode ser verdadeira e falsa ao mesmo tempo. Exemplo: "O céu é azul e não azul" é uma contradição.

▪ **Princípio do Terceiro Excluído:** toda proposição é ou verdadeira ou falsa, não existindo um terceiro caso possível. Ou seja: "Toda proposição tem um, e somente um, dos valores lógicos: V ou F." Exemplo: "Está chovendo ou não está chovendo" é sempre verdadeiro, sem meio-termo.

► Classificação das Proposições

Para entender melhor as proposições, é útil classificá-las em dois tipos principais:

Sentenças Abertas

São sentenças para as quais não se pode atribuir um valor lógico verdadeiro ou falso, pois elas não exprimem um fato completo ou específico. São exemplos de sentenças abertas:

- Frases interrogativas: "Quando será a prova?"
- Frases exclamativas: "Que maravilhoso!"
- Frases imperativas: "Desligue a televisão."
- Frases sem sentido lógico: "Esta frase é falsa."

Sentenças Fechadas

Quando a proposição admite um único valor lógico, verdadeiro ou falso, ela é chamada de sentença fechada. Exemplos:

- Sentença fechada e verdadeira: " $2 + 2 = 4$ "
- Sentença fechada e falsa: "O Brasil é uma ilha"

► Proposições Simples e Compostas

As proposições podem ainda ser classificadas em simples e compostas, dependendo da estrutura e do número de ideias que expressam:

Proposições Simples (ou Atômicas)

São proposições que não contêm outras proposições como parte integrante de si mesmas. São representadas por letras minúsculas, como p, q, r, etc.

Exemplos:

- p: "João é engenheiro."
- q: "Maria é professora."

Proposições Compostas (ou Moleculares)

Formadas pela combinação de duas ou mais proposições simples. São representadas por letras maiúsculas, como P, Q, R, etc., e usam conectivos lógicos para relacionar as proposições simples.

Exemplo: P: "João é engenheiro e Maria é professora."

► **Classificação de Frases**

Ao classificarmos frases pela possibilidade de atribuir-lhes um valor lógico (verdadeiro ou falso), conseguimos distinguir entre aquelas que podem ser usadas em raciocínios lógicos e as que não podem. Vamos ver alguns exemplos e suas classificações.

- **“O céu é azul.”** – Proposição lógica (podemos dizer se é verdadeiro ou falso).
- **“Quantos anos você tem?”** – Sentença aberta (é uma pergunta, sem valor lógico).
- **“João é alto.”** – Proposição lógica (podemos afirmar ou negar).
- **“Seja bem-vindo!”** – Não é proposição lógica (é uma saudação, sem valor lógico).
- **“ $2 + 2 = 4$.”** – Sentença fechada (podemos atribuir valor lógico, é uma afirmação objetiva).
- **“Ele é muito bom.”** – Sentença aberta (não se sabe quem é “ele” e o que significa “bom”).
- **“Choveu ontem.”** – Proposição lógica (podemos dizer se é verdadeiro ou falso).
- **“Esta frase é falsa.”** – Não é proposição lógica (é um paradoxo, sem valor lógico).
- **“Abra a janela, por favor.”** – Não é proposição lógica (é uma instrução, sem valor lógico).
- **“O número x é maior que 10.”** – Sentença aberta (não se sabe o valor de x)

Exemplo: (CESPE)

Na lista de frases apresentadas a seguir:

- “A frase dentro destas aspas é uma mentira.”
- A expressão $x + y$ é positiva.
- O valor de $\sqrt{4 + 3} = 7$.
- Pelé marcou dez gols para a seleção brasileira.
- O que é isto?

Há exatamente:

- (A) uma proposição;
- (B) duas proposições;
- (C) três proposições;
- (D) quatro proposições;
- (E) todas são proposições.

Resolução:

Analisemos cada alternativa:

(A) A frase é um paradoxo, então não podemos dizer se é verdadeira ou falsa. Não é uma proposição lógica.

(B) Não sabemos os valores de x e y , então não podemos dizer se é verdadeira ou falsa. É uma sentença aberta e não é uma proposição lógica.

(C) Podemos verificar se é verdadeira ou falsa. É uma proposição lógica.

(D) Podemos verificar se é verdadeira ou falsa, independente do número exato. É uma proposição lógica.

(E) É uma pergunta, então não podemos dizer se é verdadeira ou falsa. Não é uma proposição lógica.

Resposta: B.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

FUNDAMENTOS DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO APLICADOS AO JORNALISMO

► Comunicação como processo social

A comunicação além da simples transmissão de informações

As Teorias da Comunicação ajudam a compreender o jornalismo como uma prática muito mais complexa do que a simples transmissão de fatos. Comunicar não significa apenas enviar uma mensagem de um ponto a outro, como se a informação circulasse de maneira neutra, automática e sem interferências. A comunicação é um processo social, pois envolve sujeitos, instituições, interesses, linguagens, contextos históricos e formas variadas de interpretação.

No jornalismo, essa dimensão social aparece de maneira evidente. Uma notícia não nasce pronta. Ela resulta da observação de um acontecimento, da escolha de uma pauta, da apuração dos dados, da seleção das fontes, da construção textual e da publicação em determinado meio. Cada uma dessas etapas participa da formação do sentido da notícia. Por isso, o jornalismo não apenas informa sobre a realidade; ele organiza, interpreta e apresenta aspectos da realidade ao público.

Essa compreensão é essencial para analisar criticamente a atividade jornalística. O jornalista atua entre os acontecimentos e a sociedade, transformando fatos em relatos compreensíveis. Nesse processo, ele precisa selecionar informações, hierarquizar dados, contextualizar situações e traduzir acontecimentos complexos em linguagem acessível. Assim, o jornalismo funciona como uma forma de mediação social, pois aproxima o público de eventos que, muitas vezes, não seriam conhecidos diretamente.

► Elementos básicos do processo comunicacional

Emissor, mensagem, meio, receptor e contexto

As teorias clássicas da comunicação costumam trabalhar com alguns elementos fundamentais: emissor, mensagem, meio, receptor e contexto. No jornalismo, esses elementos ajudam a entender como a informação circula na sociedade. O emissor pode ser a empresa jornalística, o jornalista, o editor ou a instituição responsável pela produção do conteúdo. A mensagem corresponde ao texto jornalístico, à reportagem, à notícia, à entrevista, ao editorial ou a qualquer outro produto informativo.

O meio é o canal pelo qual a mensagem chega ao público, como jornal impresso, rádio, televisão, portal de notícias, rede social ou plataforma digital. O receptor é o público que entra em contato com a informação. No entanto, esse receptor não deve ser visto como alguém passivo. Ele interpreta a mensagem de acordo com sua experiência, seus valores, sua formação, sua posição social e o contexto em que está inserido.

O contexto é um elemento decisivo. Uma mesma notícia pode ser compreendida de formas diferentes dependendo do momento histórico, do ambiente político, das condições culturais e das experiências individuais do público. Por isso, o sentido jornalístico não está apenas no texto publicado, mas também na relação entre o conteúdo, o meio, o contexto e o leitor, ouvinte ou espectador.

► Jornalismo como mediação entre acontecimentos e público

A transformação do fato em notícia

Um dos fundamentos mais importantes das Teorias da Comunicação aplicadas ao jornalismo é a ideia de mediação. O público não acompanha diretamente a maior parte dos acontecimentos sociais. Muitas informações sobre política, economia, cultura, ciência, violência, meio ambiente e vida cotidiana chegam às pessoas por meio do trabalho jornalístico. Dessa forma, o jornalismo ocupa uma posição intermediária entre os fatos e a sociedade.

Essa mediação não é mecânica. O fato não se transforma em notícia por si mesmo. Para que um acontecimento seja noticiado, ele passa por critérios de seleção, como relevância social, atualidade, impacto, proximidade, interesse público, conflito, novidade e consequência. Esses critérios ajudam a definir o que merece receber visibilidade. Assim, o jornalismo participa da organização da atenção coletiva, destacando determinados temas e deixando outros em segundo plano.

A notícia, portanto, é uma construção comunicacional baseada em fatos, mas produzida por meio de escolhas. Isso não significa que toda notícia seja subjetiva ou arbitrária. Significa que a objetividade jornalística depende de procedimentos profissionais, como apuração rigorosa, checagem de dados, diversidade de fontes, contextualização e clareza na separação entre informação e opinião. A mediação jornalística deve buscar responsabilidade, precisão e compromisso público.

► **Informação, interpretação e construção de sentido**

O papel do jornalismo na compreensão da realidade

As Teorias da Comunicação mostram que toda mensagem precisa ser interpretada. No jornalismo, a informação só cumpre plenamente sua função quando o público consegue atribuir sentido ao que foi comunicado. Por isso, uma notícia bem elaborada não deve apenas apresentar dados soltos, mas explicar relações, causas, consequências e contextos. A qualidade do jornalismo está ligada à capacidade de tornar os acontecimentos compreensíveis sem distorcer sua complexidade.

A construção de sentido ocorre tanto na produção quanto na recepção da notícia. Na produção, o jornalista decide quais informações serão incluídas, qual será a ordem de apresentação, que fontes serão ouvidas e que linguagem será utilizada. Na recepção, o público interpreta o conteúdo a partir de suas referências pessoais e sociais. Desse encontro entre produção e interpretação surge o sentido da mensagem jornalística.

Por isso, o jornalismo deve ser estudado como uma prática comunicacional central na vida social. Ele contribui para formar percepções, orientar debates, ampliar conhecimentos e permitir que os indivíduos acompanhem acontecimentos relevantes. Ao mesmo tempo, precisa ser analisado criticamente, pois suas escolhas influenciam a forma como a sociedade enxerga determinados problemas, grupos e situações.

PRINCIPAIS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA NO JORNALISMO

► **Teorias dos efeitos da mídia**

Da influência direta à influência limitada

As primeiras Teorias da Comunicação buscaram explicar de que maneira os meios de comunicação influenciavam o comportamento social. Em um primeiro momento, ganhou força a ideia de que a mídia teria grande poder sobre o público, sendo capaz de produzir efeitos diretos, rápidos e relativamente uniformes. Essa visão ficou associada à chamada Teoria Hipodérmica, também conhecida como teoria da “agulha hipodérmica” ou da “bala mágica”.

Segundo essa perspectiva, a mensagem midiática seria “injetada” no público, que reagiria de maneira previsível e passiva. Aplicada ao jornalismo, essa teoria sugeriria que uma notícia poderia moldar diretamente a opinião das pessoas apenas por ser divulgada. Embora essa concepção seja considerada limitada atualmente, ela foi importante porque chamou atenção para o poder social dos meios de comunicação, especialmente em contextos de propaganda política, guerras, campanhas públicas e expansão da comunicação de massa.

Com o avanço dos estudos, essa visão passou a ser questionada. A Teoria dos Efeitos Limitados mostrou que o público não recebe as mensagens de forma tão passiva. As pessoas interpretam as informações com base em suas experiências, crenças, vínculos sociais e grupos de pertencimento. Família, amigos, lideranças comunitárias, ambiente profissional, religião e formação cultural interferem na maneira como uma notícia é compreendida.

No jornalismo, essa mudança é fundamental. Ela mostra que uma reportagem não produz automaticamente a mesma reação em todos os públicos. Uma mesma cobertura pode gerar concordância, rejeição, dúvida, indiferença ou debate, dependendo do repertório de quem a recebe. Assim, o poder do jornalismo existe, mas não atua de forma absoluta. Ele participa da formação de percepções sociais, porém encontra interpretações diversas no público.

► **Agenda-setting e definição dos temas relevantes**

O jornalismo e a organização da atenção pública

A Teoria do Agenda-setting, ou teoria do agendamento, é uma das mais importantes para compreender a influência do jornalismo na vida social. Ela parte da ideia de que os meios de comunicação não dizem necessariamente às pessoas o que pensar, mas influenciam fortemente sobre o que pensar. Em outras palavras, o jornalismo participa da definição dos temas que serão percebidos como importantes pela sociedade.

Quando um assunto recebe cobertura frequente, destaque nas manchetes, chamadas principais, reportagens especiais e ampla circulação nos meios digitais, ele tende a ganhar relevância pública. Por outro lado, temas pouco noticiados podem permanecer fora do debate social, mesmo quando são importantes. Assim, o jornalismo contribui para organizar a agenda pública, determinando quais problemas, acontecimentos e personagens recebem visibilidade.

Essa teoria não afirma que o público seja completamente manipulado. O ponto central é que a repetição, a frequência e o destaque dados a determinados assuntos afetam a percepção de importância. Se os meios jornalísticos dedicam grande espaço a uma crise econômica, a um problema ambiental ou a uma questão de segurança, esses temas tendem a ocupar lugar central nas conversas sociais, nas decisões institucionais e na formação da opinião pública.

No jornalismo contemporâneo, o agendamento tornou-se ainda mais complexo. As redes sociais, os mecanismos de busca, os influenciadores digitais e as plataformas de circulação de conteúdo também interferem na visibilidade dos temas. Mesmo assim, o jornalismo profissional continua exercendo papel relevante, pois muitas discussões que circulam na sociedade se originam de apurações, reportagens investigativas, entrevistas e coberturas sistemáticas feitas por veículos jornalísticos.

► **Gatekeeping e Newsmaking**

A seleção e a produção das notícias

A teoria do Gatekeeping estuda o processo de seleção das informações que serão publicadas. A palavra “gatekeeping” pode ser entendida como “controle dos portões”. No jornalismo, isso significa que nem todos os acontecimentos chegam ao público como notícia. Antes da publicação, há escolhas feitas por jornalistas, editores, chefias de redação e instituições de comunicação. Essas escolhas definem quais fatos entram ou não no noticiário.

O gatekeeper, portanto, é aquele que participa da filtragem da informação. Essa filtragem pode ocorrer por diferentes razões: relevância social, interesse público, disponibilidade de fontes, linha editorial, espaço disponível, tempo de produção, recursos técnicos e critérios profissionais de noticiabilidade. O conceito



GOSTOU DESSE MATERIAL?

Então não pare por aqui: a versão **COMPLETA** vai te deixar ainda mais perto da sua aprovação e da tão sonhada estabilidade. Aproveite o **DESCONTO EXCLUSIVO** que liberamos para Você!

EU QUERO DESCONTO!