



CÓD: OP-003AG-21  
7908403509966

# **TJM-MG**

***TRIBUNAL DE JUSTIÇA MILITAR DE MINAS GERAIS***

Analista Judiciário- Jornalista

**EDITAL N. 01, DE 26 DE JULHO DE 2021**

## ***Língua Portuguesa***

1. Leitura, compreensão e interpretação de textos. Conhecimentos linguísticos gerais e específicos relativos à leitura e produção de textos . . . . .	01
2. Conhecimento gramatical de acordo com o padrão culto da língua . . . . .	09
3. Estrutura fonética: letra, fonema, encontros vocálicos e consonantais, dígrafo, divisão silábica, ortografia, ortoépia, acentuação tônica e gráfica . . . . .	11
4. Classes de palavras: classificação, flexões nominais e verbais, emprego. . . . .	14
5. Teoria geral da frase e sua análise: orações, períodos e funções sintáticas. . . . .	21
6. Sintaxe de concordância: concordância nominal e verbal (casos gerais e particulares), concordância ideológica (silepse) . . . . .	23
7. Sintaxe de regência: verbos quanto à predicação, regência nominal e verbal . . . . .	24
8. Crase . . . . .	25
9. Colocação de pronomes: próclise, mesóclise e ênclise . . . . .	26
10. Pontuação: emprego dos sinais de pontuação. . . . .	26

## ***Noções de Direito***

1. Constituição Da República Federativa Do Brasil De 1988 (Com As Alterações Introduzidas Pelas Emendas Constitucionais). Dos Princípios Fundamentais; Dos Direitos E Garantias Fundamentais; Da Organização Político-Administrativa Da República Federativa Do Brasil; Da Administração Pública; Do Poder Legislativo; Do Poder Executivo; Do Poder Judiciário; Das Funções Essenciais À Justiça; Da Família, Da Criança, Do Adolescente E Do Idoso . . . . .	01
2. Constituição Do Estado De Minas Gerais De 1989 (Com As Alterações Introduzidas Pelas Emendas Constitucionais). Dos Servidores Públicos; Do Poder Legislativo; Do Poder Executivo; Do Poder Judiciário; Das Funções Essenciais À Justiça . . . . .	43
3. Lei Complementar Estadual N. 59, De 18 De Janeiro De 2001 E Alterações Posteriores. - Organização E Divisão Judiciárias Do Estado De Minas Gerais. Da Organização E Divisão Judiciárias (Art. 1º A 9º, 11 A 16, 184 A 235); Dos Direitos Do Servidor (Art. 262 A 266); Do Regime Disciplinar Dos Servidores Do Poder Judiciário (Art. 273 A 290); Da Sindicância E Do Processo Disciplinar (Art. 291 A 300)68	68
4. Lei Estadual N. 869, De 5 De Julho De 1952 (Estatuto Dos Funcionários Públicos Civis Do Estado De Minas Gerais). Das Disposições Preliminares; Do Provimento; Da Nomeação; Do Estágio Probatório; Do Exercício; Do Tempo De Serviço; Da Frequência E Do Horário (C/C Resolução N. 171-Tjmmg/2016); Das Férias; Das Licenças . . . . .	84
5. Regimento Interno Do Tjmmg (Resolução N. 167, De 05/05/2016) E Alterações Posteriores. . . . .	90
6. Código De Ética Dos Servidores Das Justiça Militar De Minas Gerais (Resolução N. 183, De 12/12/2017). . . . .	119
7. Lei N. 8.666, De 21 De Junho De 1993 E Alterações Posteriores. Princípios; Definições; Modalidades, Limites E Dispensa; Sanções Administrativas . . . . .	122
8. Noções Da Lei N. 14.133, De 1º De Abril De 2021 . . . . .	130
9. Resolução Nº 217 Da 3ª Assembleia Geral Da Onu, De 10 De Dezembro De 1948 (Declaração Universal Dos Direitos Humanos) 170	170
10. Noções Básicas De Direito Penal Militar: Conceito De Direito Penal Militar; Fontes De Direito Penal Militar . . . . .	179

## ***Noções de Informática***

1. Conhecimento de operação com arquivos em ambiente Windows 10 . . . . .	01
2. Conhecimento de arquivo e pastas (diretórios) Windows 10 . . . . .	02
3. Utilização do Windows Explorer: criar, copiar, mover arquivos, criar diretório Windows 10. . . . .	01
4. Conhecimentos em Microsoft Word 2019 para edição de texto: criação de um novo documento, elaboração de tabelas, formatação geral e impressão . . . . .	05
5. Conhecimentos de Internet. Correio Eletrônico: receber e enviar mensagens; anexos; catálogos de endereço; organização das mensagens . . . . .	10
6. Conhecimentos do Microsoft Excel 2019: referências a células, fórmulas de soma e de condição e outras fórmulas, gráficos, formatação condicional, impressão . . . . .	05

---

---

## **Conhecimentos Específicos**

### **Analista Judiciário - Jornalista**

1. Comunicação e jornalismo. . . . .	01
2. Articulação dos códigos comunicacionais nas novas mídias. . . . .	02
3. Teorias da Comunicação: Fundamentos teóricos da comunicação humana Teoria hipodérmica da comunicação. A teoria. Teoria estrutural funcionalista. Modelos teóricos de comunicação e os processos de significação . . . . .	03
4. O texto jornalístico – características: a estrutura da notícia; números e siglas; uso correto dos verbos. . . . .	05
5. Perfil do profissional: exigências, levantamento de dados, mapas, gráficos, indicativos numéricos, pesquisa complementar. . . . .	06
6. Reportagem – tipos; entrevista – modalidades. . . . .	06
7. Comunicação na contemporaneidade: a importância das novas tecnologias. . . . .	13
8. O profissional de imprensa e as novas tecnologias. . . . .	13
9. Perfil do jornalismo e da publicidade com o advento das novas tecnologias. . . . .	13
10. As diversas formas de jornalismo (on-line, rádiojornalismo, telejornalismo, comunitário, documentário) e seu papel no mundo global. . . . .	14
11. Ética Profissional. . . . .	23
12. Comunicação Organizacional: Fundamentos, processos e técnicas. . . . .	25
13. Comunicação digital e seus usos institucionais. . . . .	25
14. Veículos de comunicação internos e externos (house organ, revista, newsletter). . . . .	26
15. Cultura organizacional, poder e comunicação.. . . .	27
16. As informações e a sua extensão: política editorial; editoriais (tipos comuns e especiais). . . . .	29
17. Assessoria de imprensa. . . . .	30
18. O papel do assessor nos órgãos públicos e na iniciativa privada. . . . .	30
19. Produção de releases, comunicados e notas oficiais. . . . .	30
20. Clipping, clipping eletrônico. . . . .	31
21. Cultura de massa e cultura popular . . . . .	32
22. Crítica e a indústria cultural . . . . .	32
23. Perfil da propaganda institucional e educativa. . . . .	32
24. Técnicas básicas de redação publicitária . . . . .	64
25. Desenvolvimento de slogans e campanhas. . . . .	65
26. Titulação. . . . .	67
27. Edição: sistemas de fechamento, possibilidades técnicas (selos, tarjas, infografia, fios, olhos, olhos-legenda, textos-legenda, ilhas, boxes, quadros, inserts fotográficos, retículas). . . . .	67

---

**LEITURA, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE  
TEXTOS. CONHECIMENTOS LINGÜÍSTICOS GERAIS E  
ESPECÍFICOS RELATIVOS À LEITURA E PRODUÇÃO DE  
TEXTOS**

Compreender e interpretar textos é essencial para que o objetivo de comunicação seja alcançado satisfatoriamente. Com isso, é importante saber diferenciar os dois conceitos. Vale lembrar que o texto pode ser verbal ou não-verbal, desde que tenha um sentido completo.

A **compreensão** se relaciona ao entendimento de um texto e de sua proposta comunicativa, decodificando a mensagem explícita. Só depois de compreender o texto que é possível fazer a sua interpretação.

A **interpretação** são as conclusões que chegamos a partir do conteúdo do texto, isto é, ela se encontra para além daquilo que está escrito ou mostrado. Assim, podemos dizer que a interpretação é subjetiva, contando com o conhecimento prévio e do repertório do leitor.

Dessa maneira, para compreender e interpretar bem um texto, é necessário fazer a decodificação de códigos linguísticos e/ou visuais, isto é, identificar figuras de linguagem, reconhecer o sentido de conjunções e preposições, por exemplo, bem como identificar expressões, gestos e cores quando se trata de imagens.

#### Dicas práticas

1. Faça um resumo (pode ser uma palavra, uma frase, um conceito) sobre o assunto e os argumentos apresentados em cada parágrafo, tentando traçar a linha de raciocínio do texto. Se possível, adicione também pensamentos e inferências próprias às anotações.

2. Tenha sempre um dicionário ou uma ferramenta de busca por perto, para poder procurar o significado de palavras desconhecidas.

3. Fique atento aos detalhes oferecidos pelo texto: dados, fonte de referências e datas.

4. Sublinhe as informações importantes, separando fatos de opiniões.

5. Perceba o enunciado das questões. De um modo geral, questões que esperam **compreensão do texto** aparecem com as seguintes expressões: *o autor afirma/sugere que...; segundo o texto...; de acordo com o autor...* Já as questões que esperam **interpretação do texto** aparecem com as seguintes expressões: *conclui-se do texto que...; o texto permite deduzir que...; qual é a intenção do autor quando afirma que...*

#### Tipologia Textual

A partir da estrutura linguística, da função social e da finalidade de um texto, é possível identificar a qual tipo e gênero ele pertence. Antes, é preciso entender a diferença entre essas duas classificações.

#### Tipos textuais

A tipologia textual se classifica a partir da estrutura e da finalidade do texto, ou seja, está relacionada ao modo como o texto se apresenta. A partir de sua função, é possível estabelecer um padrão específico para se fazer a enunciação.

Veja, no quadro abaixo, os principais tipos e suas características:

<b>TEXTO NARRATIVO</b>	Apresenta um enredo, com ações e relações entre personagens, que ocorre em determinados espaço e tempo. É contado por um narrador, e se estrutura da seguinte maneira: apresentação > desenvolvimento > clímax > desfecho
<b>TEXTO DISSERTATIVO ARGUMENTATIVO</b>	Tem o objetivo de defender determinado ponto de vista, persuadindo o leitor a partir do uso de argumentos sólidos. Sua estrutura comum é: introdução > desenvolvimento > conclusão.
<b>TEXTO EXPOSITIVO</b>	Procura expor ideias, sem a necessidade de defender algum ponto de vista. Para isso, usa-se comparações, informações, definições, conceitualizações etc. A estrutura segue a do texto dissertativo-argumentativo.
<b>TEXTO DESCRITIVO</b>	Expõe acontecimentos, lugares, pessoas, de modo que sua finalidade é descrever, ou seja, caracterizar algo ou alguém. Com isso, é um texto rico em adjetivos e em verbos de ligação.
<b>TEXTO INJUNTIVO</b>	Oferece instruções, com o objetivo de orientar o leitor. Sua maior característica são os verbos no modo imperativo.

#### Gêneros textuais

A classificação dos gêneros textuais se dá a partir do reconhecimento de certos padrões estruturais que se constituem a partir da função social do texto. No entanto, sua estrutura e seu estilo não são tão limitados e definidos como ocorre na tipologia textual, podendo se apresentar com uma grande diversidade. Além disso, o padrão também pode sofrer modificações ao longo do tempo, assim como a própria língua e a comunicação, no geral.

Alguns exemplos de gêneros textuais:

- Artigo
- Bilhete
- Bula
- Carta
- Conto
- Crônica
- E-mail
- Lista
- Manual
- Notícia
- Poema
- Propaganda
- Receita culinária
- Resenha
- Seminário

Vale lembrar que é comum enquadrar os gêneros textuais em determinados tipos textuais. No entanto, nada impede que um texto literário seja feito com a estruturação de uma receita culinária, por exemplo. Então, fique atento quanto às características, à finalidade e à função social de cada texto analisado.

**ARGUMENTAÇÃO**

O ato de comunicação não visa apenas transmitir uma informação a alguém. Quem comunica pretende criar uma imagem positiva de si mesmo (por exemplo, a de um sujeito educado, ou inteligente, ou culto), quer ser aceito, deseja que o que diz seja admitido como verdadeiro. Em síntese, tem a intenção de convencer, ou seja, tem o desejo de que o ouvinte creia no que o texto diz e faça o que ele propõe.

Se essa é a finalidade última de todo ato de comunicação, todo texto contém um componente argumentativo. A argumentação é o conjunto de recursos de natureza linguística destinados a persuadir a pessoa a quem a comunicação se destina. Está presente em todo tipo de texto e visa a promover adesão às teses e aos pontos de vista defendidos.

As pessoas costumam pensar que o argumento seja apenas uma prova de verdade ou uma razão indiscutível para comprovar a veracidade de um fato. O argumento é mais que isso: como se disse acima, é um recurso de linguagem utilizado para levar o interlocutor a crer naquilo que está sendo dito, a aceitar como verdadeiro o que está sendo transmitido. A argumentação pertence ao domínio da retórica, arte de persuadir as pessoas mediante o uso de recursos de linguagem.

Para compreender claramente o que é um argumento, é bom voltar ao que diz Aristóteles, filósofo grego do século IV a.C., numa obra intitulada *“Tópicos: os argumentos são úteis quando se tem de escolher entre duas ou mais coisas”*.

Se tivermos de escolher entre uma coisa vantajosa e uma desvantajosa, como a saúde e a doença, não precisamos argumentar. Suponhamos, no entanto, que tenhamos de escolher entre duas coisas igualmente vantajosas, a riqueza e a saúde. Nesse caso, precisamos argumentar sobre qual das duas é mais desejável. O argumento pode então ser definido como qualquer recurso que torna uma coisa mais desejável que outra. Isso significa que ele atua no domínio do preferível. Ele é utilizado para fazer o interlocutor crer que, entre duas teses, uma é mais provável que a outra, mais possível que a outra, mais desejável que a outra, é preferível à outra.

O objetivo da argumentação não é demonstrar a verdade de um fato, mas levar o ouvinte a admitir como verdadeiro o que o enunciador está propondo.

Há uma diferença entre o raciocínio lógico e a argumentação. O primeiro opera no domínio do necessário, ou seja, pretende demonstrar que uma conclusão deriva necessariamente das premissas propostas, que se deduz obrigatoriamente dos postulados admitidos. No raciocínio lógico, as conclusões não dependem de crenças, de uma maneira de ver o mundo, mas apenas do encadeamento de premissas e conclusões.

Por exemplo, um raciocínio lógico é o seguinte encadeamento:

*A é igual a B.*

*A é igual a C.*

*Então: C é igual a A.*

Admitidos os dois postulados, a conclusão é, obrigatoriamente, que C é igual a A.

Outro exemplo:

*Todo ruminante é um mamífero.*

*A vaca é um ruminante.*

*Logo, a vaca é um mamífero.*

Admitidas como verdadeiras as duas premissas, a conclusão também será verdadeira.

No domínio da argumentação, as coisas são diferentes. Nele, a conclusão não é necessária, não é obrigatória. Por isso, deve-se mostrar que ela é a mais desejável, a mais provável, a mais plausível. Se o Banco do Brasil fizer uma propaganda dizendo-se mais

confiável do que os concorrentes porque existe desde a chegada da família real portuguesa ao Brasil, ele estará dizendo-nos que um banco com quase dois séculos de existência é sólido e, por isso, confiável. Embora não haja relação necessária entre a solidez de uma instituição bancária e sua antiguidade, esta tem peso argumentativo na afirmação da confiabilidade de um banco. Portanto é provável que se creia que um banco mais antigo seja mais confiável do que outro fundado há dois ou três anos.

Enumerar todos os tipos de argumentos é uma tarefa quase impossível, tantas são as formas de que nos valem para fazer as pessoas preferirem uma coisa a outra. Por isso, é importante entender bem como eles funcionam.

Já vimos diversas características dos argumentos. É preciso acrescentar mais uma: o convencimento do interlocutor, o **auditório**, que pode ser individual ou coletivo, será tanto mais fácil quanto mais os argumentos estiverem de acordo com suas crenças, suas expectativas, seus valores. Não se pode convencer um auditório pertencente a uma dada cultura enfatizando coisas que ele abomina. Será mais fácil convencê-lo valorizando coisas que ele considera positivas. No Brasil, a publicidade da cerveja vem com frequência associada ao futebol, ao gol, à paixão nacional. Nos Estados Unidos, essa associação certamente não surtiria efeito, porque lá o futebol não é valorizado da mesma forma que no Brasil. O poder persuasivo de um argumento está vinculado ao que é valorizado ou desvalorizado numa dada cultura.

**Tipos de Argumento**

Já verificamos que qualquer recurso linguístico destinado a fazer o interlocutor dar preferência à tese do enunciador é um argumento

**Argumento de Autoridade**

É a citação, no texto, de afirmações de pessoas reconhecidas pelo auditório como autoridades em certo domínio do saber, para servir de apoio àquilo que o enunciador está propondo. Esse recurso produz dois efeitos distintos: revela o conhecimento do produtor do texto a respeito do assunto de que está tratando; dá ao texto a garantia do autor citado. É preciso, no entanto, não fazer do texto um amontoado de citações. A citação precisa ser pertinente e verdadeira.

Exemplo:

*“A imaginação é mais importante do que o conhecimento.”*

*Quem disse a frase aí de cima não fui eu... Foi Einstein. Para ele, uma coisa vem antes da outra: sem imaginação, não há conhecimento. Nunca o inverso.*

**Alex José Periscinoto.**

**In: Folha de S. Paulo, 30/8/1993, p. 5-2**

A tese defendida nesse texto é que a imaginação é mais importante do que o conhecimento. Para levar o auditório a aderir a ela, o enunciador cita um dos mais célebres cientistas do mundo. Se um físico de renome mundial disse isso, então as pessoas devem acreditar que é verdade.

**Argumento de Quantidade**

É aquele que valoriza mais o que é apreciado pelo maior número de pessoas, o que existe em maior número, o que tem maior duração, o que tem maior número de adeptos, etc. O fundamento desse tipo de argumento é que mais = melhor. A publicidade faz largo uso do argumento de quantidade.

**Argumento do Consenso**

É uma variante do argumento de quantidade. Fundamenta-se em afirmações que, numa determinada época, são aceitas como verdadeiras e, portanto, dispensam comprovações, a menos que o objetivo do texto seja comprovar alguma delas. Parte da ideia de que o consenso, mesmo que equivocado, corresponde ao indiscutível, ao verdadeiro e, portanto, é melhor do que aquilo que não desfruta dele. Em nossa época, são consensuais, por exemplo, as afirmações de que o meio ambiente precisa ser protegido e de que as condições de vida são piores nos países subdesenvolvidos. Ao confiar no consenso, porém, corre-se o risco de passar dos argumentos válidos para os lugares comuns, os preconceitos e as frases carentes de qualquer base científica.

**Argumento de Existência**

É aquele que se fundamenta no fato de que é mais fácil aceitar aquilo que comprovadamente existe do que aquilo que é apenas provável, que é apenas possível. A sabedoria popular enuncia o argumento de existência no provérbio *“Mais vale um pássaro na mão do que dois voando”*.

Nesse tipo de argumento, incluem-se as provas documentais (fotos, estatísticas, depoimentos, gravações, etc.) ou provas concretas, que tornam mais aceitável uma afirmação genérica. Durante a invasão do Iraque, por exemplo, os jornais diziam que o exército americano era muito mais poderoso do que o iraquiano. Essa afirmação, sem ser acompanhada de provas concretas, poderia ser vista como propagandística. No entanto, quando documentada pela comparação do número de canhões, de carros de combate, de navios, etc., ganhava credibilidade.

**Argumento quase lógico**

É aquele que opera com base nas relações lógicas, como causa e efeito, analogia, implicação, identidade, etc. Esses raciocínios são chamados quase lógicos porque, diversamente dos raciocínios lógicos, eles não pretendem estabelecer relações necessárias entre os elementos, mas sim instituir relações prováveis, possíveis, plausíveis. Por exemplo, quando se diz *“A é igual a B”, “B é igual a C”, “então A é igual a C”*, estabelece-se uma relação de identidade lógica. Entretanto, quando se afirma *“Amigo de amigo meu é meu amigo”* não se institui uma identidade lógica, mas uma identidade provável.

Um texto coerente do ponto de vista lógico é mais facilmente aceito do que um texto incoerente. Vários são os defeitos que concorrem para desqualificar o texto do ponto de vista lógico: fugir do tema proposto, cair em contradição, tirar conclusões que não se fundamentam nos dados apresentados, ilustrar afirmações gerais com fatos inadequados, narrar um fato e dele extrair generalizações indevidas.

**Argumento do Atributo**

É aquele que considera melhor o que tem propriedades típicas daquilo que é mais valorizado socialmente, por exemplo, o mais raro é melhor que o comum, o que é mais refinado é melhor que o que é mais grosseiro, etc.

Por esse motivo, a publicidade usa, com muita frequência, celebridades recomendando prédios residenciais, produtos de beleza, alimentos estéticos, etc., com base no fato de que o consumidor tende a associar o produto anunciado com atributos da celebridade.

Uma variante do argumento de atributo é o argumento da competência linguística. A utilização da variante culta e formal da língua que o produtor do texto conhece a norma linguística socialmente mais valorizada e, por conseguinte, deve produzir um texto em que se pode confiar. Nesse sentido é que se diz que o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz.

Imagine-se que um médico deva falar sobre o estado de saúde de uma personalidade pública. Ele poderia fazê-lo das duas maneiras indicadas abaixo, mas a primeira seria infinitamente mais adequada para a persuasão do que a segunda, pois esta produziria certa estranheza e não criaria uma imagem de competência do médico:

- *Para aumentar a confiabilidade do diagnóstico e levando em conta o caráter invasivo de alguns exames, a equipe médica houve por bem determinar o internamento do governador pelo período de três dias, a partir de hoje, 4 de fevereiro de 2001.*

- *Para conseguir fazer exames com mais cuidado e porque alguns deles são barrapitada, a gente botou o governador no hospital por três dias.*

Como dissemos antes, todo texto tem uma função argumentativa, porque ninguém fala para não ser levado a sério, para ser ridicularizado, para ser desmentido: em todo ato de comunicação deseja-se influenciar alguém. Por mais neutro que pretenda ser, um texto tem sempre uma orientação argumentativa.

A orientação argumentativa é uma certa direção que o falante traça para seu texto. Por exemplo, um jornalista, ao falar de um homem público, pode ter a intenção de criticá-lo, de ridicularizá-lo ou, ao contrário, de mostrar sua grandeza.

O enunciador cria a orientação argumentativa de seu texto dando destaque a uns fatos e não a outros, omitindo certos episódios e revelando outros, escolhendo determinadas palavras e não outras, etc. Veja:

*“O clima da festa era tão pacífico que até sogras e noras trocavam abraços afetuosos.”*

O enunciador aí pretende ressaltar a ideia geral de que noras e sogras não se toleram. Não fosse assim, não teria escolhido esse fato para ilustrar o clima da festa nem teria utilizado o termo até, que serve para incluir no argumento alguma coisa inesperada.

Além dos defeitos de argumentação mencionados quando tratamos de alguns tipos de argumentação, vamos citar outros:

- Uso sem delimitação adequada de palavra de sentido tão amplo, que serve de argumento para um ponto de vista e seu contrário. São noções confusas, como paz, que, paradoxalmente, pode ser usada pelo agressor e pelo agredido. Essas palavras podem ter valor positivo (paz, justiça, honestidade, democracia) ou vir carregadas de valor negativo (autoritarismo, degradação do meio ambiente, injustiça, corrupção).

- Uso de afirmações tão amplas, que podem ser derrubadas por um único contra exemplo. Quando se diz *“Todos os políticos são ladrões”*, basta um único exemplo de político honesto para destruir o argumento.

- Emprego de noções científicas sem nenhum rigor, fora do contexto adequado, sem o significado apropriado, vulgarizando-as e atribuindo-lhes uma significação subjetiva e grosseira. É o caso, por exemplo, da frase *“O imperialismo de certas indústrias não permite que outras cresçam”*, em que o termo imperialismo é descabido, uma vez que, a rigor, significa *“ação de um Estado visando a reduzir outros à sua dependência política e econômica”*.

A boa argumentação é aquela que está de acordo com a situação concreta do texto, que leva em conta os componentes envolvidos na discussão (o tipo de pessoa a quem se dirige a comunicação, o assunto, etc).

Convém ainda alertar que não se convence ninguém com manifestações de sinceridade do autor (como eu, que não costumo mentir...) ou com declarações de certeza expressas em fórmulas feitas (como estou certo, creio firmemente, é claro, é óbvio, é evidente, afirmo com toda a certeza, etc). Em vez de prometer, em seu texto,

**CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988 (COM AS ALTERAÇÕES INTRODUZIDAS PELAS EMENDAS CONSTITUCIONAIS). DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS; DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS; DA ORGANIZAÇÃO POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL; DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA; DO PODER LEGISLATIVO; DO PODER EXECUTIVO; DO PODER JUDICIÁRIO; DAS FUNÇÕES ESSENCIAIS À JUSTIÇA; DA FAMÍLIA, DA CRIANÇA, DO ADOLESCENTE E DO IDOSO**

### Forma, Sistema e Fundamentos da República

#### **Papel dos Princípios e o Neoconstitucionalismo**

Os princípios abandonam sua função meramente subsidiária na aplicação do Direito, quando serviam tão somente de meio de integração da ordem jurídica (na hipótese de eventual lacuna) e vetor interpretativo, e passam a ser dotados de elevada e reconhecida normatividade.

#### **Princípio Federativo**

Significa que a União, os Estados-membros, o Distrito Federal e os Municípios possuem autonomia, caracteriza por um determinado grau de liberdade referente à sua organização, à sua administração, à sua normatização e ao seu Governo, porém limitada por certos princípios consagrados pela Constituição Federal.

#### **Princípio Republicano**

É uma forma de Governo fundada na igualdade formal entre as pessoas, em que os detentores do poder político exercem o comando do Estado em caráter eletivo, representativo, temporário e com responsabilidade.

#### **Princípio do Estado Democrático de Direito**

O Estado de Direito é aquele que se submete ao império da lei. Por sua vez, o Estado democrático caracteriza-se pelo respeito ao princípio fundamental da soberania popular, vale dizer, funda-se na noção de Governo do povo, pelo povo e para o povo.

#### **Princípio da Soberania Popular**

O parágrafo único do Artigo 1º da Constituição Federal revela a adoção da soberania popular como princípio fundamental ao prever que *“Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição”*.

#### **Princípio da Separação dos Poderes**

A visão moderna da separação dos Poderes não impede que cada um deles exerça atipicamente (de forma secundária), além de sua função típica (preponderante), funções atribuídas a outro Poder.

Vejam os abaixo, os dispositivos constitucionais correspondentes ao tema supracitado:

## TÍTULO I DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

*Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:*

*I - a soberania;*

*II - a cidadania*

*III - a dignidade da pessoa humana;*

*IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;*

*V - o pluralismo político.*

*Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.*

*Art. 2º São Poderes da União, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário.*

#### **Objetivos Fundamentais da República**

Os Objetivos Fundamentais da República estão elencados no Artigo 3º da CF/88. Vejamos:

*Art. 3º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:*

*I - construir uma sociedade livre, justa e solidária;*

*II - garantir o desenvolvimento nacional;*

*III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais;*

*IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.*

#### **Princípios de Direito Constitucional Internacional**

Os Princípios de Direito Constitucional Internacional estão elencados no Artigo 4º da CF/88. Vejamos:

*Art. 4º A República Federativa do Brasil rege-se nas suas relações internacionais pelos seguintes princípios:*

*I - independência nacional;*

*II - prevalência dos direitos humanos;*

*III - autodeterminação dos povos;*

*IV - não-intervenção;*

*V - igualdade entre os Estados;*

*VI - defesa da paz;*

*VII - solução pacífica dos conflitos;*

*VIII - repúdio ao terrorismo e ao racismo;*

*IX - cooperação entre os povos para o progresso da humanidade;*

*X - concessão de asilo político.*

*Parágrafo único. A República Federativa do Brasil buscará a integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina, visando à formação de uma comunidade latino-americana de nações.*

#### **Referências Bibliográficas:**

*DUTRA, Luciano. Direito Constitucional Essencial. Série Provas e Concursos. 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier.*

#### **Distinção entre Direitos e Garantias Fundamentais**

Pode-se dizer que os direitos fundamentais são os bens jurídicos em si mesmos considerados, de cunho declaratório, narrados no texto constitucional. Por sua vez, as garantias fundamentais são estabelecidas na mesma Constituição Federal como instrumento de proteção dos direitos fundamentais e, como tais, de cunho assecutorio.

**Evolução dos Direitos e Garantias Fundamentais**

**Direitos Fundamentais de Primeira Geração**

Possuem as seguintes características:

- a) surgiram no final do século XVIII, no contexto da Revolução Francesa, fase inaugural do constitucionalismo moderno, e dominaram todo o século XIX;
- b) ganharam relevo no contexto do Estado Liberal, em oposição ao Estado Absoluto;
- c) estão ligados ao ideal de liberdade;
- d) são direitos negativos, que exigem uma abstenção do Estado em favor das liberdades públicas;
- e) possuíam como destinatários os súditos como forma de proteção em face da ação opressora do Estado;
- f) são os direitos civis e políticos.

**Direitos Fundamentais de Segunda Geração**

Possuem as seguintes características:

- a) surgiram no início do século XX;
- b) apareceram no contexto do Estado Social, em oposição ao Estado Liberal;
- c) estão ligados ao ideal de igualdade;
- d) são direitos positivos, que passaram a exigir uma atuação positiva do Estado;
- e) correspondem aos direitos sociais, culturais e econômicos.

**Direitos Fundamentais de Terceira Geração**

Em um próximo momento histórico, foi despertada a preocupação com os bens jurídicos da coletividade, com os denominados interesses metaindividuais (difusos, coletivos e individuais homogêneos), nascendo os direitos fundamentais de terceira geração.

Direitos Metaindividuais		
	Natureza	Destinatários
Difusos	Indivisível	Indeterminados
Coletivos	Indivisível	Determináveis ligados por uma relação jurídica
Individuais Homogêneos	Divisível	Determinados ligados por uma situação fática

Os Direitos Fundamentais de Terceira Geração possuem as seguintes características:

- a) surgiram no século XX;
- b) estão ligados ao ideal de fraternidade (ou solidariedade), que deve nortear o convívio dos diferentes povos, em defesa dos bens da coletividade;
- c) são direitos positivos, a exigir do Estado e dos diferentes povos uma firme atuação no tocante à preservação dos bens de interesse coletivo;
- d) correspondem ao direito de preservação do meio ambiente, de autodeterminação dos povos, da paz, do progresso da humanidade, do patrimônio histórico e cultural, etc.

**Direitos Fundamentais de Quarta Geração**

Segundo Paulo Bonavides, a globalização política é o fator histórico que deu origem aos direitos fundamentais de quarta geração. Eles estão ligados à democracia, à informação e ao pluralismo. Também são transindividuais.

**Direitos Fundamentais de Quinta Geração**

Paulo Bonavides defende, ainda, que o direito à paz representaria o direito fundamental de quinta geração.

**Características dos Direitos e Garantias Fundamentais**

São características dos Direitos e Garantias Fundamentais:

- a) **Historicidade:** não nasceram de uma só vez, revelando sua índole evolutiva;
- b) **Universalidade:** destinam-se a todos os indivíduos, independentemente de características pessoais;
- c) **Relatividade:** não são absolutos, mas sim relativos;
- d) **Irrenunciabilidade:** não podem ser objeto de renúncia;
- e) **Inalienabilidade:** são indisponíveis e inalienáveis por não possuírem conteúdo econômico-patrimonial;
- f) **Imprescritibilidade:** são sempre exercíveis, não desaparecendo pelo decurso do tempo.

**Destinatários dos Direitos e Garantias Fundamentais**

Todas as pessoas físicas, sem exceção, jurídicas e estatais, são destinatárias dos direitos e garantias fundamentais, desde que compatíveis com a sua natureza.

**Eficácia Horizontal dos Direitos e Garantias Fundamentais**

Muito embora criados para regular as relações verticais, de subordinação, entre o Estado e seus súditos, passam a ser empregados nas relações provadas, horizontais, de coordenação, envolvendo pessoas físicas e jurídicas de Direito Privado.

**Natureza Relativa dos Direitos e Garantias Fundamentais**

Encontram limites nos demais direitos constitucionalmente consagrados, bem como são limitados pela intervenção legislativa ordinária, nos casos expressamente autorizados pela própria Constituição (princípio da reserva legal).

**Colisão entre os Direitos e Garantias Fundamentais**

O princípio da proporcionalidade sob o seu triplo aspecto (adequação, necessidade e proporcionalidade em sentido estrito) é a ferramenta apta a resolver choques entre os princípios esculpidos na Carta Política, sopesando a incidência de cada um no caso concreto, preservando ao máximo os direitos e garantias fundamentais constitucionalmente consagrados.

**Os quatro status de Jellinek**

- a) *status passivo ou subjectivus*: quando o indivíduo encontra-se em posição de subordinação aos poderes públicos, caracterizando-se como detentor de deveres para com o Estado;
- b) *status negativo*: caracterizado por um espaço de liberdade de atuação dos indivíduos sem ingerências dos poderes públicos;
- c) *status positivo ou status civitatis*: posição que coloca o indivíduo em situação de exigir do Estado que atue positivamente em seu favor;
- d) *status ativo*: situação em que o indivíduo pode influir na formação da vontade estatal, correspondendo ao exercício dos direitos políticos, manifestados principalmente por meio do voto.

**Referências Bibliográficas:**

DUTRA, Luciano. *Direito Constitucional Essencial. Série Provas e Concursos. 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier.*

Os individuais estão elencados no caput do Artigo 5º da CF. Vejamos:



**TÍTULO II  
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS**

**CAPÍTULO I  
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS**

*Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: (...)*

**Direito à Vida**

O direito à vida deve ser observado por dois prismas: o direito de permanecer vivo e o direito de uma vida digna.

O direito de permanecer vivo pode ser observado, por exemplo, na vedação à pena de morte (salvo em caso de guerra declarada).

Já o direito à uma vida digna, garante as necessidades vitais básicas, proibindo qualquer tratamento desumano como a tortura, penas de caráter perpétuo, trabalhos forçados, cruéis, etc.

**Direito à Liberdade**

O direito à liberdade consiste na afirmação de que ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa, senão em virtude de lei. Tal dispositivo representa a consagração da autonomia privada.

Trata-se a liberdade, de direito amplo, já que compreende, dentre outros, as liberdades: de opinião, de pensamento, de locomoção, de consciência, de crença, de reunião, de associação e de expressão.

**Direito à Igualdade**

A igualdade, princípio fundamental proclamado pela Constituição Federal e base do princípio republicano e da democracia, deve ser encarada sob duas óticas, a igualdade material e a igualdade formal.

A igualdade formal é a identidade de direitos e deveres concedidos aos membros da coletividade por meio da norma.

Por sua vez, a igualdade material tem por finalidade a busca da equiparação dos cidadãos sob todos os aspectos, inclusive o jurídico. É a consagração da máxima de Aristóteles, para quem o princípio da igualdade consistia em tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida em que eles se desiguam.

Sob o pálio da igualdade material, caberia ao Estado promover a igualdade de oportunidades por meio de políticas públicas e leis que, atentos às características dos grupos menos favorecidos, compensassem as desigualdades decorrentes do processo histórico da formação social.

**Direito à Privacidade**

Para o estudo do Direito Constitucional, a privacidade é gênero, do qual são espécies a intimidade, a honra, a vida privada e a imagem. De maneira que, os mesmos são invioláveis e a eles assegura-se o direito à indenização pelo dano moral ou material decorrente de sua violação.

**Direito à Honra**

O direito à honra almeja tutelar o conjunto de atributos pertinentes à reputação do cidadão sujeito de direitos, exatamente por tal motivo, são previstos no Código Penal.

**Direito de Propriedade**

É assegurado o direito de propriedade, contudo, com restrições, como por exemplo, de que se atenda à função social da propriedade. Também se enquadram como espécies de restrição do direito de propriedade, a requisição, a desapropriação, o confisco e o usucapião.

Do mesmo modo, é no direito de propriedade que se asseguram a inviolabilidade do domicílio, os direitos autorais (propriedade intelectual) e os direitos reativos à herança.

**Referências Bibliográficas:**

*DUTRA, Luciano. Direito Constitucional Essencial. Série Provas e Concursos. 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier.*

Os direitos sociais estão previstos na CF nos artigos 6 a 11. Vejamos:

**CAPÍTULO II  
DOS DIREITOS SOCIAIS**

*Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 90, de 2015)*

*Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:*

*I - relação de emprego protegida contra despedida arbitrária ou sem justa causa, nos termos de lei complementar, que preverá indenização compensatória, dentre outros direitos;*

*II - seguro-desemprego, em caso de desemprego involuntário;*

*III - fundo de garantia do tempo de serviço;*

*IV - salário mínimo, fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender a suas necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo, sendo vedada sua vinculação para qualquer fim;*

*V - piso salarial proporcional à extensão e à complexidade do trabalho;*

*VI - irredutibilidade do salário, salvo o disposto em convenção ou acordo coletivo;*

*VII - garantia de salário, nunca inferior ao mínimo, para os que percebem remuneração variável;*

*VIII - décimo terceiro salário com base na remuneração integral ou no valor da aposentadoria;*

*IX - remuneração do trabalho noturno superior à do diurno;*

*X - proteção do salário na forma da lei, constituindo crime sua retenção dolosa;*

*XI - participação nos lucros, ou resultados, desvinculada da remuneração, e, excepcionalmente, participação na gestão da empresa, conforme definido em lei;*

*XII - salário-família pago em razão do dependente do trabalhador de baixa renda nos termos da lei;*

**CONHECIMENTO DE OPERAÇÃO COM ARQUIVOS EM AMBIENTE WINDOWS 10. UTILIZAÇÃO DO WINDOWS EXPLORER: CRIAR, COPIAR, MOVER ARQUIVOS, CRIAR DIRETÓRIO WINDOWS 10**

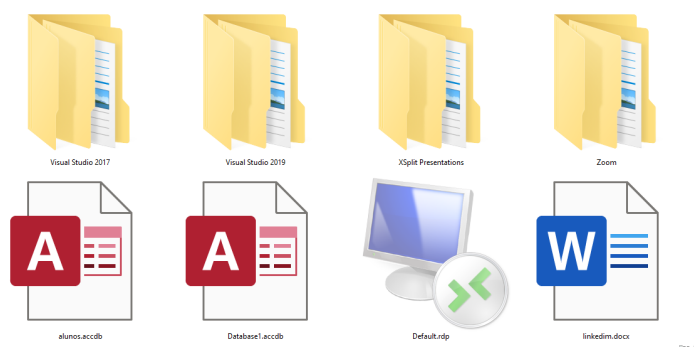
**WINDOWS 10**

**Conceito de pastas e diretórios**

Pasta algumas vezes é chamada de diretório, mas o nome “pasta” ilustra melhor o conceito. Pastas servem para organizar, armazenar e organizar os arquivos. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos, aplicativos diversos).

Lembrando sempre que o Windows possui uma pasta com o nome do usuário onde são armazenados dados pessoais.

Dentro deste contexto temos uma hierarquia de pastas.



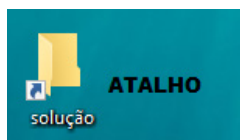
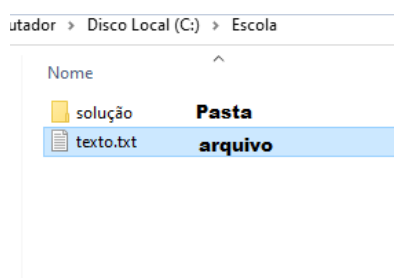
No caso da figura acima temos quatro pastas e quatro arquivos.

**Arquivos e atalhos**

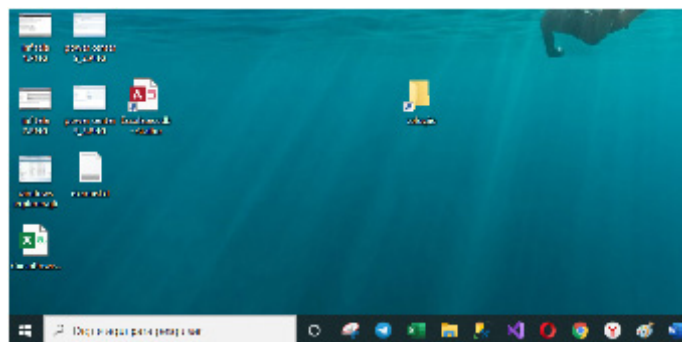
Como vimos anteriormente: pastas servem para organização, vimos que uma pasta pode conter outras pastas, arquivos e atalhos.

• **Arquivo** é um item único que contém um determinado dado. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos e etc.), aplicativos diversos, etc.

• **Atalho** é um item que permite fácil acesso a uma determinada pasta ou arquivo propriamente dito.



**Área de trabalho**



**Área de transferência**

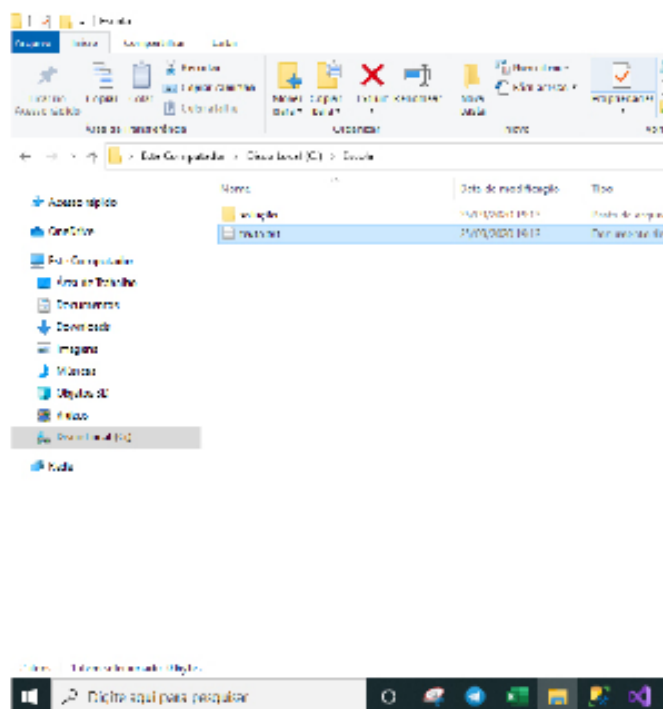
A área de transferência é muito importante e funciona em segundo plano. Ela funciona de forma temporária guardando vários tipos de itens, tais como arquivos, informações etc.

– Quando executamos comandos como “Copiar” ou “Ctrl + C”, estamos copiando dados para esta área intermediária.

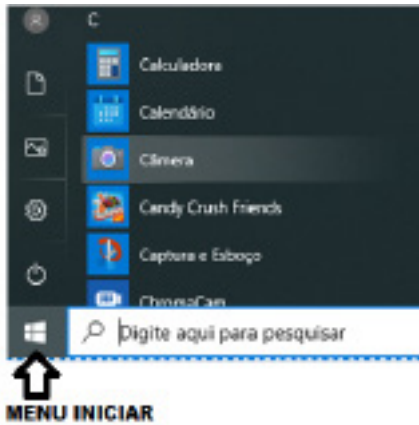
– Quando executamos comandos como “Colar” ou “Ctrl + V”, estamos colando, isto é, estamos pegando o que está gravado na área de transferência.

**Manipulação de arquivos e pastas**

A caminho mais rápido para acessar e manipular arquivos e pastas e outros objetos é através do “Meu Computador”. Podemos executar tarefas tais como: copiar, colar, mover arquivos, criar pastas, criar atalhos etc.



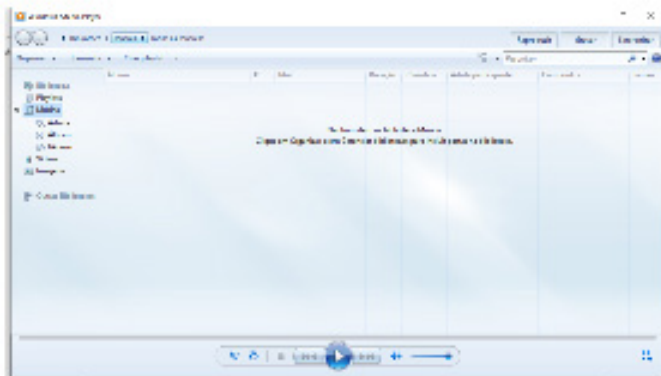
Uso dos menus



Programas e aplicativos e interação com o usuário

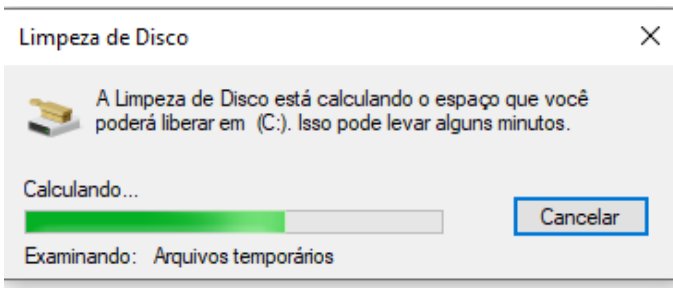
Vamos separar esta interação do usuário por categoria para entendermos melhor as funções categorizadas.

– **Música e Vídeo:** Temos o Media Player como player nativo para ouvir músicas e assistir vídeos. O Windows Media Player é uma excelente experiência de entretenimento, nele pode-se administrar bibliotecas de música, fotografia, vídeos no seu computador, copiar CDs, criar playlists e etc., isso também é válido para o media center.

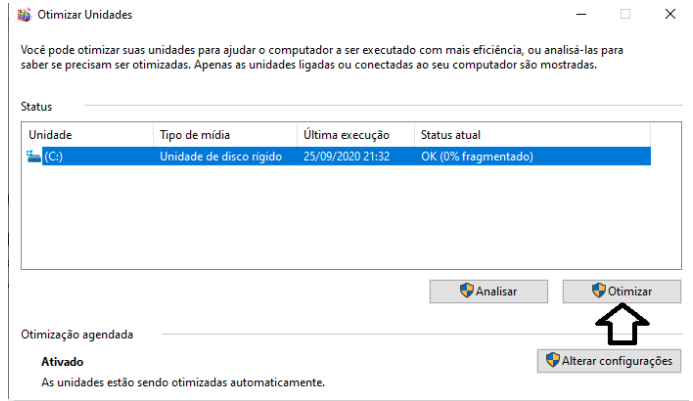


– Ferramentas do sistema

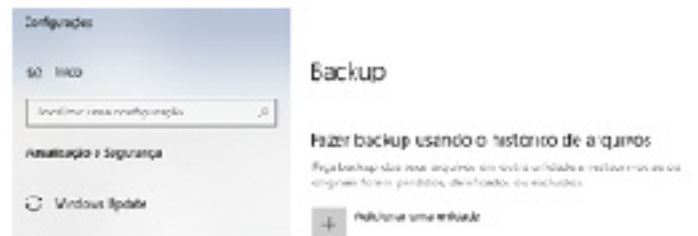
• **A limpeza de disco** é uma ferramenta importante, pois o próprio Windows sugere arquivos inúteis e podemos simplesmente confirmar sua exclusão.



• **O desfragmentador de disco** é uma ferramenta muito importante, pois conforme vamos utilizando o computador os arquivos ficam internamente desorganizados, isto faz que o computador fique lento. Utilizando o desfragmentador o Windows se reorganiza internamente tornando o computador mais rápido e fazendo com que o Windows acesse os arquivos com maior rapidez.

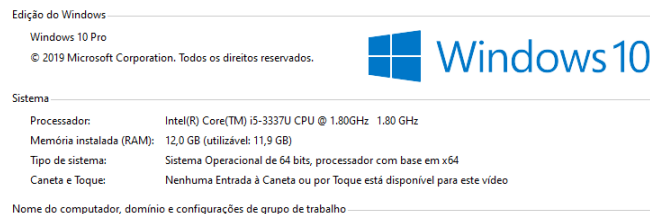



• **O recurso de backup** e restauração do Windows é muito importante pois pode ajudar na recuperação do sistema, ou até mesmo escolher seus arquivos para serem salvos, tendo assim uma cópia de segurança.

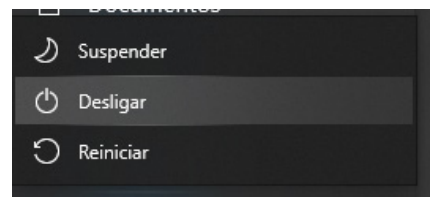


Inicialização e finalização

Exibir informações básicas sobre o computador



Quando fizermos login no sistema, entraremos direto no Windows, porém para desligá-lo devemos recorrer ao  e:



**CONHECIMENTO DE ARQUIVO E PASTAS (DIRETÓRIOS) WINDOWS 10**

**Pasta**

São estruturas que dividem o disco em várias partes de tamanhos variados as quais podem armazenar arquivos e outras pastas (subpastas)<sup>1</sup>.

1 <https://docente.ifrn.edu.br/elieziosoares/disciplinas/informatica/aula-05-manipulacao-de-arquivos-e-pastas>



### Arquivo

É a representação de dados/informações no computador os quais ficam dentro das pastas e possuem uma extensão que identifica o tipo de dado que ele representa.

### Extensões de arquivos

Extensão	Tipo
.jpg, .jpeg, .png, .bmp, .gif, ...	Imagem
.xls, .xlsx, .xlsm, ...	Planilha
.doc, .docx, .docm, ...	Texto formatado
.txt	Texto sem formatação
.mp3, .wma, .aac, .wav, ...	Áudio
.mp4, .avi, .rmvb, .mov, ...	Vídeo
.zip, .rar, .7z, ...	Compactadores
.ppt, .pptx, .pptm, ...	Apresentação
.exe	Executável
.msi, ...	Instalador

Existem vários tipos de arquivos como arquivos de textos, arquivos de som, imagem, planilhas, etc. Alguns arquivos são universais podendo ser aberto em qualquer sistema. Mas temos outros que dependem de um programa específico como os arquivos do Corel Draw que necessita o programa para visualizar. Nós identificamos um arquivo através de sua extensão. A extensão são aquelas letras que ficam no final do nome do arquivo.

Exemplos:

**.txt:** arquivo de texto sem formatação.

**.html:** texto da internet.

**.rtf:** arquivo do WordPad.

**.doc e .docx:** arquivo do editor de texto Word com formatação.

É possível alterar vários tipos de arquivos, como um documento do Word (.docx) para o PDF (.pdf) como para o editor de texto do LibreOffice (.odt). Mas atenção, tem algumas extensões que não são possíveis e caso você tente poderá deixar o arquivo inutilizável.

### Nomenclatura dos arquivos e pastas

Os arquivos e pastas devem ter um nome o qual é dado no momento da criação. Os nomes podem conter até 255 caracteres (letras, números, espaço em branco, símbolos), com exceção de / \ | > \* : " que são reservados pelo sistema operacional.

### Bibliotecas

Criadas para facilitar o gerenciamento de arquivos e pastas, são um local virtual que agregam conteúdo de múltiplos locais em um só. Estão divididas inicialmente em 4 categorias:

- Documentos;
- Imagens;
- Músicas;
- Vídeos.

## COMUNICAÇÃO E JORNALISMO

A origem do termo comunicação nasce de três elementos, partindo de sua formação etimológica. Co: simultaneidade, reunião, atividade realizada em conjunto; Munis: estar encarregado de uma função; Tio: atividade, prática. O termo surge pela primeira vez no universo religioso, cristianismo antigo, cuja vida eclesial era marcada pelo silêncio e isolamento, era, portanto, o enclaustramento e a condição para se conhecer Deus. Chamados de anacoretas, esses homens viviam em solidão e mudez.

No entanto, havia outro grupo de nome cenobitas, que vivia em comunidade. O termo vem de cenóbios do grego koenóbion (lugar onde se vive em comum). É nesse ambiente que surge o *communio* (tomar a refeição da noite em comum), ou seja, não é o ato de comer, mas sim de comer juntamente com outros, reunidos, os cenobitas rompem o isolamento e o silêncio durante o jantar com a prática. Logo,

O termo comunicação não designa todo e qualquer tipo de relação, mas sim aquela cujos elementos se destacam de um fundo de isolamento, aquela em que haja a intenção de romper o isolamento. Trata-se da ideia de uma realização em comum, sendo assim, comunicação é ter algo em comum, traduz-se como produto de um encontro social.

Comunicação não é comungar algumas práticas ou hábito coletivo, mas sim vista como produto intencional exercido sobre outrem. O termo comunicação pode, ainda, ser entendido, como a composição de duas palavras: comum + ação (ação em comum). Logo, a ação realizada é sobre outrem, trata-se do fato de comunicar, estabelecer uma relação com alguém, da transmissão de signos por meio de códigos e da capacidade de troca de pensamentos, ideias, sentimentos pela fala, gestos, imagens ou meios técnicos e tecnológicos.

Comunicação tem um sentido polissêmico. São três os grandes domínios da comunicação:

- A dos seres brutos;
- A dos seres orgânicos;
- A dos seres humanos.

Com relação aos seres brutos, a comunicação é relação e transmissão. Com relação aos seres orgânicos, a comunicação é também de relação, dá-se por relatividade dos termos ação versus reação. Somente com o homem ocorre o domínio simbólico, pois é a única que implica na intervenção complexa da cultura no processo que é puramente de comunicação, pois cultura implica a transmissão de um patrimônio de gerações.

O ser orgânico, como por exemplo o animal, remete ao biológico. No entanto, o homem remete à ordem simbólica. O ser humano é um ser de comunicação consigo mesmo, com o outro e com o mundo. Logo, comunicar é simular a consciência de outrem, tornar comum (participar) um mesmo objeto mental (sensação, pensamento, desejo, intuição e afeto).

O processo de comunicação é um dos fenômenos mais importantes da história da humanidade, desde a origem da fala, do desenvolvimento das linguagens e as manifestações das linguagens verbal, visual e sonora. Linguagem, cultura e tecnologia são elementos indissociáveis no processo comunicacional. A linguagem abriu estradas para a cognição simbólica e suas interações, por essa razão, a cultura está ligada aos avanços tecnológicos assim como a comunicação.

Para o professor de Teoria da Comunicação da Faculdade de Selvíria (FAZ) de Mato Grosso do Sul, João Batista Perles, cultura e comunicação são conceitos suplementares, pois “não se constituem, nem um nem outro, fundamento, mas condições necessárias para a compreensão e existência de cada um”. Deve-se pensar na tríade antes de qualquer reflexão ou pesquisa: linguagem, cultura, tecnologia. Na apreensão dos fenômenos, Perles em seu artigo “Comunicação: conceitos, fundamentos e história”, segue a linha antropológica de modo a entender a cultura como algo inerente ao homem, assim como a linguagem e a comunicação.

A comunicação evolui ou se transforma, não é estática, pois está diretamente ligada ao tempo-espaço, à cultura, religião, habitat, história. Um influencia o outro, ininterruptamente, ou seja, tem-se uma mudança a partir da arte e da cultura de um grupo social, por isso comunicação é um fenômeno contínuo. A comunicação, fenômeno inerente ao homem, vincula-se a todos os aspectos e áreas, como a antropologia, a sociologia e a psicologia etc. Logo, não há como dissociar.

Deste modo, o caráter da comunicação está na socialização e, para tanto, desenvolve-se, a partir dela, as funções perceptivas relacionadas aos sentidos e aos sentimentos. As mensagens falam muitas vezes do homem, o sentimento, as emoções, devido ao alto aspecto humano e, por isso, psicológico.

O jornalismo, por sua vez, pode ser entendido a partir de três dimensões básicas:

- O jornalismo é uma linguagem
- O jornalismo é um processo
- O jornalismo é um espaço público.

A função do jornalismo é informar. Para isso, pode recorrer a mais ou menos entretenimento, literatura, subjetividade ou objetividade. O formato do fazer jornalístico pode variar de país para país, mas a essência é a mesma: a informação.

O jornalismo deve sempre ter compromisso social, pois ele é responsável pela formação da opinião pública e influenciados das massas por atingir meios de comunicação populares, ele tem o dever de que toda e qualquer informação gere conhecimento e mova a população, gere atitude.

O jornalismo é uma atividade de transformação informativa, possui uma dimensão prática e comunicativa. A dimensão prática trata-se do jornalismo como uma atividade racional, empresarial e industrial rigorosamente periódica, regular, repetitiva (controlada pelas rotinas de produção), e a comunicativa diz respeito aos eu viés humano, social, ideológico e efêmero, é mediada pelo sujeito da produção e da interpretação, como o indivíduo, a empresa e suas relações, interesses, valores individuais, coletivos, corporativos e empresariais.

No decorrer da história o jornalismo consolidou-se como prática comunicativa através de diferentes tipos de mídias, os formais (impressos, rádio, TV e internet) e os informais (cinema e livros).

Confira a seguir a linha do tempo da imprensa e dos meios tecnológicos pelos quais as notícias foram se adaptando como veículos de comunicação no decorrer da história:

- 305 DC - Primeiras prensas de madeira inventadas na China (símbolos eram entalhados em blocos de madeira)
- 1049 - Primeiro tipo móvel de argila inventado pelo chinês Pi Sheng
- 1450 - Jornais aparecem na Europa
- 1455 - Na Alemanha Johannes Gutenberg inventa uma impressora com tipos móveis de metal, a prensa.
- 1650 - Primeiro jornal diário aparece em Leipzig, Alemanha
- - Henry Mill recebe a patente pela primeira máquina de escrever

- 1808 – Primeiro jornal oficial no Brasil
- 1814 - Joseph Niépce obtém a primeira fotografia
- 1876 - Thomas Edison patenteia o mimeógrafo
- 1904 - Primeiro HQ com periodicidade regular
- 1910 - Thomas Edison demonstra o primeiro filme sonoro
- 1923 - A televisão, ou iconoscópio é inventada por Vladimir Kosma Zworykin (primeira câmera de TV).
- 1927 - Primeira transmissão de televisão na Inglaterra. Warner lança “O cantor de Jazz”, primeiro filme falado.
- 1944 – Invenção do Eniac, o primeiro computador. Do tamanho de uma sala.
- 1958 - Chester Carlson inventa a máquina de xerox
- 1969 -- Começa a funcionar a primeira internet (Arpanet), de uso exclusivo do governo americano
- 1992 - Surgem as primeiras câmeras fotográficas digitais (uso comercial)
- 1995 – Internet é explorada comercialmente no Brasil

### ARTICULAÇÃO DOS CÓDIGOS COMUNICACIONAIS NAS NOVAS MÍDIAS

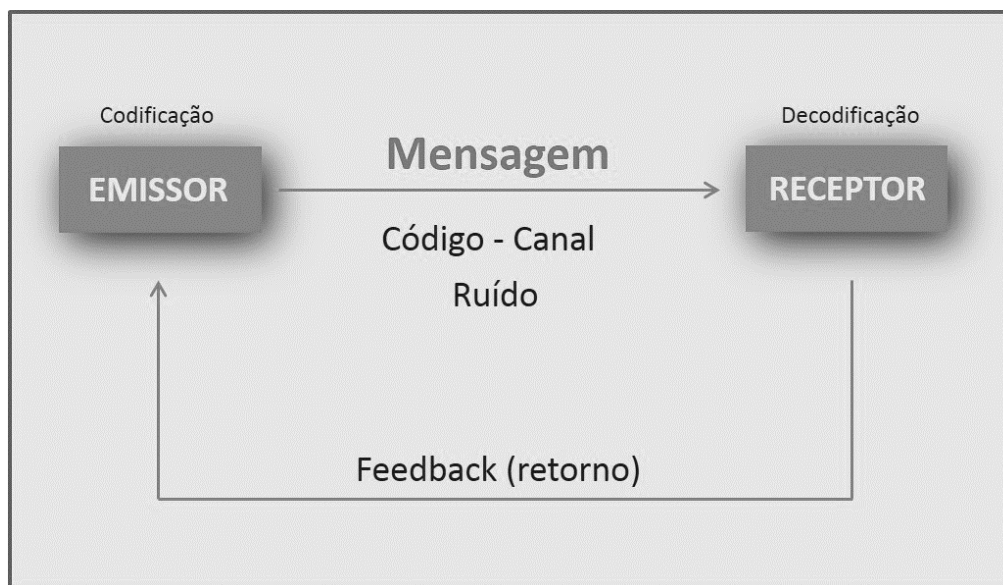
A comunicação é inerente ao ser humano, assim como a significação e a leitura. Esses elementos são processados o tempo inteiro e, desde que o homem criou a linguagem para expressar sua vida: conflitos, incertezas, medos e alegrias, conquistas com a arte rupestre, por exemplo, pode-se dizer que o homem é um ser de linguagem, pois expressa, pela arte, saudade, felicidade, riso e choro, entre outros sentimentos.

Ela pode ocorrer por meio de várias linguagens: a verbal (falada e escrita), a linguagem sonora (acústica- áudio: clipes, ópera, música em geral), a linguagem visual: retórica gestual, ideias, comportamentos, atitudes e arte (cinema, fotografia, teatro, literatura, HQs, design, pintura, escultura, arquitetura, dança etc.).

**Os elementos da comunicação são:**

- a) Emissor: o que envia a mensagem (remetente, locutor, codificador, falante);
- b) Receptor: o que recebe a mensagem (destinatário, interlocutor, decodificador, ouvinte, telespectador, público);
- c) Mensagem: conteúdo que a mensagem carrega;
- d) Canal: meio (contato);
- e) Código: conjunto de signos em que se insere o código;
- f) Contexto: referente, situação.

Faz-se necessário que a comunicação seja clara e que o receptor tenha referenciais da mensagem para que não haja ruídos (falhas na comunicação). No processo, há o retorno à mensagem, ou seja, o *feedback*. Logo, o emissor codifica uma mensagem formada por um conjunto de códigos e, por meio de um canal, envia a mensagem a um decodificador.



A comunicação está diante de nós espectadores, ouvintes, leitores, consumidores e receptores, ela está nos *outdoors*, nas campanhas políticas, nas bancas de revistas, na televisão, rádio, jornais, internet, em nossas conversas, nas trocas simbólicas de toda ordem. Enfim, no todo do dia a dia dos grupos sociais.

Antigamente, as comunidades se comunicavam por meio de trocas simbólicas e da expressividade humana que é geral. A comunicação é o processo social básico de produção e compartilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas, essas trocas sempre existiram e não foram inventadas pela imprensa, TV ou internet. A modernidade não descobriu a comunicação, apenas a problematizou e complexificou seu desenvolvimento.

Apenas no século XX que o termo *comunicação* passa a ser veiculado à exaustão, antes se dizia arautos, linguagens, práticas, retórica, discurso, imprensa, persuasão, procedimentos etc. O objeto empírico da comunicação é um elenco de práticas distintas. Isso significa que os objetos da comunicação não são os objetos comunicativos do mundo, mas uma forma de identificá-los, de falar com eles e de construí-los conceitualmente.

**TEORIAS DA COMUNICAÇÃO: FUNDAMENTOS TEÓRICOS DA COMUNICAÇÃO HUMANA: A TEORIA. TEORIA HIPODÉRMICA DA COMUNICAÇÃO. TEORIA ESTRUTURAL FUNCIONALISTA. MODELOS TEÓRICOS DE COMUNICAÇÃO E OS PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO.**

O resultado dos esforços para se conhecer a comunicação são as teorias. Teoria pode ser definida como um sistema de enunciados num corpo organizado de ideias sobre a realidade ou aspectos dela. Etimologicamente, o termo *teoria* significa contemplação, exame, abstração intelectual.

As dificuldades são muitas para se criar um caminho que possa chegar à teoria da comunicação. O surgimento das ciências sociais, por exemplo, é resultado de um trabalho de recorte no domínio de uma totalidade que é a realidade social.

Na comunicação, o desenvolvimento das práticas, a invenção dos meios de comunicação motivou estudos e reflexões. O conhecimento da comunicação não está isento do revestimento das ideologias e condicionamentos de toda ordem, pois a comunicação se reveste de um poder na sociedade contemporânea e desempenha funções primordiais nos cernes das relações políticas, econômicas, sociais e culturais.

As maiores dificuldades e problemas nas teorizações e limitações do objeto de estudo da comunicação estão em questão como:

1. Qualidade e desempenho;
2. Proximidade e identificação;
3. Extensão e diversidade da dimensão empírica;
4. Diversidade e mobilidade do objeto de empiria: revoluções tecnológicas;
5. Heterogeneidade dos aportes teóricos acionados para a compreensão: fenômeno empírico com muitas facetas, pois a comunicação suscita múltiplos olhares;
6. Tendência aos modismos: quadros conceituais e vertentes explicativas;
7. Espaço acadêmico da comunicação apresenta-se permeado de diferentes tensões;

Com relação à dificuldade que se encontra na extensão e diversidade empírica, a comunicação opera em inúmeras atividades profissionais, diversos veículos e múltiplas linguagens, presente nas seguintes atividades profissionais: Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, assessorias e eventos. O meio da comunicação está em diversos veículos, no impresso, na rádio, na televisão e, nas últimas décadas, na Internet.

Os estudos específicos sobre o fazer comunicativo e sobre os meios de comunicação datam do século XX. Sabe-se que na Grécia Antiga, os sofistas exercitavam o uso da palavra e ensinavam a arte do discurso; os filósofos reivindicavam a discussão organizada de homens racionais; Platão realçava a importância do discurso que buscava a verdade, distinguindo-o da retórica e, Aristóteles conceitua a retórica como a busca de todos os meios possíveis de persuasão. Ele classifica e organiza as técnicas da retórica. No entanto, os estudos em busca de uma teoria têm início século passado.

Esses estudos são contemporâneos de profundas mudanças que aconteceram no mundo todo, como a institucionalização e profissionalização das práticas, as novas configurações espaço-temporais que estabeleceram novas realidades de comunicação, invenções, imediatismos digitais, chegada de novos meios, urbanização, consolidação do Capitalismo industrial, instalação da sociedade de consumo, expansão do imperialismo, notadamente o norte-americano, entre outros.

Otto Groth, estudioso e pesquisador das primeiras décadas do século XX, na Alemanha, em Estrasburgo, escreve a mais famosa e primeira enciclopédia sobre o jornalismo, a *Teoria do Diálogo*. Em 1930, nos EUA, estudiosos tais como: Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell, Kurt Lewin e Carl Hovland inauguram pesquisas sobre a comunicação. Lazarsfeld é sociólogo formado em Viena, dedica-se aos estudos das audiências dos meios de comunicação de massa, à caracterização dos efeitos e processos de formação da opinião pública.

Lasswell é cientista político e trabalha com opinião pública, identifica as funções básicas da comunicação, estabelece um modelo que se tornou um paradigma da área comunicacional: quem, diz o quê, em que canal, a quem e com que efeito. É conhecido como o Esquema de Lasswell. Lewin é psicólogo também formado em Viena como Lazarsfeld, desenvolveu estudos sobre a comunicação em pequenos grupos sobre líderes de opinião e o psicólogo Hovland trabalha com pesquisas experimentais sobre a influência e a mudança de atitudes.

Eles quatro começam a desenvolver pesquisas voltadas para os meios de comunicação de massa, seus efeitos e funções. Esses estudos são conhecidos como *Mass Communication Research* (pesquisa de comunicação de massa) e marcam o início dos estudos da Teoria da Comunicação. Vários institutos e centros de pesquisa são estruturados possibilitando teorizações sobre o papel dos meios de comunicação. Esses estudos estavam ligados a motivações de ordem política e econômica.

Entre 1920 e 1960, os EUA marcaram os estudos pela hegemonia do campo de *Mass Communication Research*. Embora os autores e pesquisadores fossem de lugares diversos e de áreas diferentes, desde sociólogos, engenheiros da comunicação, cientistas políticos e psicólogos, e o resultado de cada estudo também se apresentou diferente, pois o campo era hegemônico. Mesmo inconciliáveis, características amarram as pesquisas dando-lhes um ar de unidade. São elas:

- 1) Enfoque empirista dos estudos privilegiando a pesquisa quantitativa;
- 2) Enfoque mais pragmático e político que cientificista. As pesquisas em comunicação têm origem nas demandas instrumentais do Estado, nas Forças Armadas e nos grandes monopólios da área de comunicação de massa, com o objetivo de compreender como funcionam os processos comunicativos, a fim de otimizar seus resultados;
- 3) Objeto de estudo: Trata-se de pesquisas voltadas fundamentalmente para a comunicação midiática;

- 4) Modelo comunicativo: que possa fundamentar os estudos.

Por volta de 1920, o Fundo Payne passa a financiar as pesquisas empíricas sobre os efeitos da comunicação, base da *Mass Communication Research*. Os primeiros estudos eram voltados para a influência do cinema em crianças. Em seguida é a obra de Lasswell intitulada *“Propaganda Techniques in the World War”* (Técnicas de propaganda na Primeira Guerra Mundial - 1917) que é identificada como o marco inicial da *Mass Communication Research*. Desses estudos surgem três grupos.