

## LÍNGUA PORTUGUESA

## TEXTO – COMO PREVENIR DOENÇAS GENÉTICAS

Marcello Valle

Para alguns casais, gerar uma criança é uma decisão ética. Alguns são portadores de doenças genéticas e temem que seus filhos sofram do mesmo problema. São problemas como hemofilia, distrofia muscular, anemia falciforme e alterações ligadas ao fator Rh. Entretanto, há uma técnica que permite gerar bebês saudáveis. Trata-se do Diagnóstico Genético Pré-Implantação (ou PGD).

Essa técnica foi desenvolvida há uma década por pesquisadores londrinos e não foi bem recebida de imediato, pois criava impasses éticos. Via-se no PGD uma maneira de os pais controlarem o perfil genético e escolherem o sexo do futuro bebê.

Hoje, o PGD é totalmente aceito, inclusive no Brasil, e é uma forma precoce de diagnóstico pré-natal. É feito por meio de uma biópsia do embrião no seu terceiro dia de vida para detectar possíveis doenças. É um procedimento tecnicamente desafiador, que exige um bom entendimento de embriologia e biologia molecular.

O PGD associa métodos aplicados em reprodução assistida às técnicas de investigação genética. A biópsia do embrião inicial (entre seis e dez células) permite o estudo genético de uma única célula, possibilitando a transferência de embriões normais para as características testadas.

No Brasil, o Código de Ética do Conselho Federal de Medicina não permite a seleção sexual do embrião. Entretanto, especificamente no caso de haver doença genética ligada ao sexo (como hemofilia), é possível identificar os embriões masculinos e femininos, transferindo apenas o sexo que não tem possibilidade de ter a doença. O PGD é também indicado em casos de gravidez tardia, em especial nas gestantes acima de 35 anos. Quanto maior a idade, mais chance de dar à luz bebês com problema genéticos e de sofrer aborto espontâneo.

1. "Para alguns casais, gerar uma criança é uma decisão ética"; a forma de reescrever-se essa frase com alteração de seu sentido é:
  - (A) Para alguns casais, é uma decisão ética gerar uma criança;
  - (B) Gerar uma criança, para alguns casais, é uma decisão ética,
  - (C) É uma decisão ética, para alguns casais, gerar uma criança;
  - (D) É uma decisão ética gerar uma criança para alguns casais;
  - (E) Gerar uma criança é uma decisão ética, para alguns casais.
2. Se a decisão é "ética" ele interfere com valores:
  - (A) econômicos;
  - (B) políticos;
  - (C) morais;
  - (D) religiosos;
  - (E) sociais.

3. "Essa técnica foi desenvolvida há uma década por pesquisadores londrinos e não foi bem recebida de imediato, pois criava impasses éticos. Via-se no PGD uma maneira de os pais controlarem o perfil genético e escolherem o sexo do futuro bebê"; o comentário INCORRETO sobre esse segmento do texto é:
  - (A) a técnica aludida é a do PGD;
  - (B) a técnica vem sendo desenvolvida por dez anos;
  - (C) o impasse ético aludido é o do controle genético;
  - (D) escolher o sexo do futuro bebê não é visto como um fato positivo;
  - (E) a técnica do PGD demorou um pouco a ser aceita.
4. O PGD é "uma forma precoce de diagnóstico pré-natal"; isso significa que o PGD:
  - (A) ainda não está totalmente desenvolvido;
  - (B) identifica bem cedo problemas do embrião;
  - (C) é feito com a finalidade de antecipar o nascimento do bebê;
  - (D) indica problemas do bebê pouco antes do nascimento;
  - (E) alerta para o caso de o bebê nascer antes do momento previsto.
5. "É um procedimento tecnicamente desafiador"; esta afirmação se justifica porque:
  - (A) o PGD exige bom preparo dos profissionais;
  - (B) é um procedimento ainda bastante novo;
  - (C) se trata de um procedimento não totalmente conhecido;
  - (D) a técnica deve ser adquirida em tempo recorde;
  - (E) o PGD é realizado com risco de morte da paciente grávida.
6. "o Código de Ética do Conselho Federal de Medicina não permite a seleção sexual do embrião"; a forma em negrito equivale à forma "proibe". A alternativa em que a equivalência apontada está ERRADA é:
  - (A) não trabalha aos domingos = descansa aos domingos;
  - (B) não aceita trabalho pesado = recusa trabalho pesado;
  - (C) não intervém na briga = participa da briga;
  - (D) não falou diante do juiz = emudeceu diante do juiz;
  - (E) não sabe a verdade = ignora a verdade.
7. "aborto espontâneo", referido na última linha do texto, é aquele que:
  - (A) ocorre sem que tenha sido provocado;
  - (B) é causado por medicamentos específicos;
  - (C) é fruto da vontade da gestante;
  - (D) acontece em casos de perigo de vida para a gestante;
  - (E) é provocado exclusivamente pelo próprio embrião.

8. "espontâneo" é palavra grafada com S; a alternativa abaixo que mostra uma palavra erradamente grafada é:
- (A) misto;
  - (B) sesta;
  - (C) estender,
  - (D) esplêndido;
  - (E) estinguir
9. O principal objetivo deste texto deve ser:
- (A) causar interesse nos leitores pela seleção do sexo dos bebês,
  - (B) criticar certas posições retrógradas de nossas autoridades médicas;
  - (C) informar os leitores sobre questões médicas;
  - (D) analisar questões sobre o ponto de vista social;
  - (E) provocar suspense por meio de ocultamento de dados
10. "Hoje o PGD é totalmente aceito, inclusive no Brasil", esta frase significa que o PGD é aceito:
- (A) em todos os países, até mesmo no Brasil;
  - (B) sem restrições, mesmo no Brasil;
  - (C) em todos os lugares, exceto no Brasil,
  - (D) de forma ampla e em todos os países, até no Brasil;
  - (E) no Brasil, mesmo que não totalmente.

## COMUNICAÇÃO

11. Constitui característica da mídia digital:
- (A) as informações que fornece são traduzidas por impulsos elétricos;
  - (B) suas dimensões físicas e seu impacto social são incomensuráveis;
  - (C) seus conteúdos são difusos em virtude de sua instantaneidade;
  - (D) seus dados são representados sob forma binária;
  - (E) suas mensagens alteram nossa percepção de tempo e espaço.
12. Mídia eletrônica analógica, hoje em fase de digitalização, a TV se destaca por um processo de criação e produção de imagens. Eis um dos atributos desta imagem:
- (A) é provida de alta definição;
  - (B) é plasticamente bem acabada;
  - (C) marca a prevalência do produto final;
  - (D) é gerada por canhões de laser;
  - (E) é dotada de baixa definição.
13. A imagem da TV apresenta um processo de composição denominado:
- (A) varredura eletrônica;
  - (B) bombardeio de cátodos;
  - (C) imagem viva e em cores;
  - (D) passagem sucessiva de fotogramas;
  - (E) iconismo eletrônico.
14. O computador se tornou um meio de expressão artística por permitir o recurso a:
- (A) imagens de síntese;
  - (B) processos óticos;
  - (C) registros estéticos;
  - (D) arquivos especializados;
  - (E) referentes icônicos.
15. Comunicação e cidadania se acham intimamente relacionadas porque:
- (A) todo cidadão é um ser social naturalmente propenso a realizar atos comunicativos;
  - (B) em si mesmo, o exercício da cidadania configura-se em comunicação coletiva;
  - (C) comunicar-se interindividualmente significa exercitar um direito cidadão;
  - (D) participe de uma sociedade civil, o cidadão está habilitado à comunicação social;
  - (E) capaz de conhecer seus direitos e reconhecer seus deveres, o cidadão faz sua comunicação.
16. Questões de saúde pública interessam ao cidadão, uma vez que constituem parte essencial de toda cidadania. Conceitua-se cidadania como:
- (A) estado da sociedade em que aparecem os padrões normativos de conduta e de crença de todo indivíduo, compondo sua vida política;
  - (B) usufruto pleno de padrões de conduta estabelecidos por um grupo social, que todo ser social deve conhecer e acatar;
  - (C) realização plena e completa de uma tendência, potencialidade ou finalidade natural, por parte de uma pessoa ou de um grupo de pessoas;
  - (D) em uma cidade, estágio da vida individual e social em que são superadas as dificuldades de adaptação coletiva a normas de convívio;
  - (E) condição de pessoa que, como membro de um Estado, se acha no gozo de direitos que lhe permitem participar da vida de sua cidade
17. Quando se fala de imagem, com respeito a uma instituição, quer-se dizer:
- (A) conceito de que desfruta junto a seus públicos;
  - (B) expressão figurada de suas características;
  - (C) modo profissional de ser e de aparecer;
  - (D) interface de contato social e coletivo;
  - (E) modalidade publicitária de comunicação.
18. O significado da expressão imagem corporativa é:
- (A) logomarca comercial de uma corporação ou organismo social;
  - (B) símbolo representativo de uma empresa ou grupo de empresas;
  - (C) impressões e opiniões acerca de uma corporação ou associação;
  - (D) representação dos traços distintivos de um corpo profissional ou uma instituição;
  - (E) técnica de linguagem visual pela qual se pode tornar conhecida uma corporação.
19. O jornalismo científico - que tantas vezes versa temas ligados à saúde pública - constitui modalidade jornalística destinada a:
- (A) reduzir a incerteza dos leitores quanto aos avanços da ciência;
  - (B) estipular modos e formas pelos quais leigos podem abordar temas científicos;
  - (C) despertar o interesse dos leitores por jornais e revistas que veiculem noticiário cultural;
  - (D) tornar inteligíveis a leitores comuns conquistas recentes da ciência e da tecnologia;
  - (E) ampliar o cabedal de conhecimentos tecnológicos de que dispõe o leitor especializado.
20. Meios de comunicação veiculam, regularmente, campanhas de saúde pública. Isto ocorre porque:
- (A) a mídia planeja e distribui eficientemente informações referentes à campanha;
  - (B) informar, servir e entreter formam o tripé sobre o qual se assenta o poder de que a mídia dispõe;
  - (C) a prestação de serviços de utilidade pública compõe a estratégia de comunicação da mídia;
  - (D) a mídia propõe normas para a otimização dos recursos técnicos e financeiros da campanha;
  - (E) a mídia veicula toda espécie de campanhas, para dar boa conta de seus encargos sociais.

21. Uma teoria da comunicação terá por finalidade precípua:
- (A) pôr em destaque o valor científico da comunicação;
  - (B) permitir que se efetue uma melhor interatividade;
  - (C) dar a entender de onde procede e como se processa a comunicação;
  - (D) valorizar a interação humana social e comunicativa;
  - (E) descrever e explicar fatos e fenômenos de comunicação.
22. Dentre os mais conhecidos teóricos da comunicação figuram os que se ocuparam da indústria cultural. Aponte-os na relação abaixo fornecida:
- (A) Herbert Marcuse e Louis Althusser;
  - (B) Walter Benjamin e Paul Lazarsfeld;
  - (C) Marshall McLuhan e Gilles Deleuze;
  - (D) Theodor Adorno e Max Horkheimer;
  - (E) Roland Barthes e Umberto Eco.
23. A chamada "teoria da aura" % a aparição única de uma coisa em sua singularidade % figura no seguinte texto clássico da comunicação:
- (A) *A obra de arte à época de sua reprodutibilidade técnica* (W. Benjamin);
  - (B) *A galáxia de Gutenberg* (Herbert M. McLuhan);
  - (C) *O grau zero da escrita* (Roland Barthes);
  - (D) *Apocalípticos e Integrados* (Umberto Eco);
  - (E) *Mil Platôs* (Gilles Deleuze).
24. Um conhecido modelo teórico da comunicação remete a uma diáde, composta por código e mensagem. O referido modelo se denomina:
- (A) modelo sociobiológico;
  - (B) modelo antropológico;
  - (C) modelo psicossocial;
  - (D) modelo semiótico;
  - (E) modelo interativo-modal.
25. O modo próprio à comunicação de massa, que molda a elaboração de suas mensagens, pode ser descrito como:
- (A) sistêmico;
  - (B) monológico;
  - (C) polifônico;
  - (D) multiativo;
  - (E) factual.
26. O aparecimento, relativamente recente, de novos meios de comunicação pode ser creditado a um processo de convergência entre:
- (A) produção gráfica e internet;
  - (B) vídeo e computação;
  - (C) TV e transmissão por satélites;
  - (D) computação e telefonia;
  - (E) internet e ondas hertzianas.
27. Partindo-se do princípio de que a realização de todo ato de comunicação pressuporá uma ética, podemos dizer desta última que:
- (A) prende-se a valores, costumes e tradições, formando círculos concêntricos em cujo interior todo indivíduo se move;
  - (B) relaciona-se a princípios e normas de validade universal, responsabilizando-se a pessoa humana por seus atos e suas atitudes;
  - (C) diz respeito a uma implantação de leis e a adoção de um quadro de referências pelas quais deverá pautar-se a conduta social;
  - (D) trata da existência individual ante injunções que são as da responsabilidade civil e penal tal como dispõe a legislação em vigor;
  - (E) tem a ver com a apuração de transgressões a códigos e dispositivos de lei que tenham vigência plena e rejam todo procedimento social.
28. O que se chama de ética corporativa assim se conceitua:
- (A) proposta avalizada de intentos e diretrizes postos em prática para a apresentação de modelos consistentes de conduta organizacional;
  - (B) denotação de bons costumes e de boa conduta, segundo preceitos institucionalmente estabelecidos;
  - (C) súmula de registro destinada à colação de procedimentos e normas de ação em plano organizacional;
  - (D) valores, como honestidade de propósitos e idoneidade moral, universalmente considerados pertinentes a toda corporação meritória;
  - (E) conjunto de intenções e premissas que norteia ações e compromissos a serem implementados em uma instituição.
29. Criação de editores e redatores de jornais, nos EUA, o lide é empregado, no jornalismo impresso, com a finalidade de:
- (A) proporcionar o conhecimento da notícia em condensada leitura do primeiro parágrafo;
  - (B) padronizar a redação do texto jornalístico, seja para o jornal e revista, seja para o rádio e a TV;
  - (C) pôr em destaque o estilo jornalístico de redigir matérias para distintos públicos-leitores;
  - (D) tornar mais fácil o trabalho do repórter quando da apuração dos fatos noticiados;
  - (E) oferecer ao público-leitor algo mais do que uma simples narrativa de ocorrências.
30. Comparado ao jornalismo impresso, o jornalismo *on line* oferece como potencial vantagem:
- (A) centralidade;
  - (B) linearidade;
  - (C) hipertextualidade;
  - (D) univocidade;
  - (E) homogeneidade.

## ASSESSORIA DE IMPRENSA EM C&amp;T

31. No planejamento de atividades de comunicação, diversos profissionais se inter-relacionam. Segundo Boanerges Lopes, no livro *O que é Assessoria de Imprensa?* (1994), como essas atividades são divididas?
- (A) Cabe à Assessoria de Imprensa administrar informações jornalísticas das fontes para os meios de comunicação, além de editar jornais e revistas e organizar entrevistas coletivas ou individuais.
  - (B) Cabe à Assessoria de Imprensa executar estudos mercadológicos e produzir folhetos e cartazes institucionais.
  - (C) As assessorias de Comunicação Social integram somente funções inerentes aos campos da Publicidade e Propaganda e das Relações Públicas.
  - (D) O profissional de Relações Públicas cuida apenas da comunicação interna de uma empresa ou instituição, cabendo ao jornalista a comunicação externa.
  - (E) Os departamentos de publicidade e propaganda, assessoria de imprensa e relações públicas têm funções específicas numa empresa ou instituição e, por isso, devem trabalhar de maneira não integrada.
32. Muitas das características do texto jornalístico na mídia impressa são válidas também para os veículos on line. Qual das características não se aplica ao texto jornalístico para internet?
- (A) O texto jornalístico deve ser específico, evitando generalidades.
  - (B) A estrutura do texto deve ser linear, obrigando o leitor ou internauta a receber todos os conteúdos numa ordem pré-determinada.
  - (C) O jornalista, ao redigir o texto, deve dar preferência a palavras curtas, de significado concreto.
  - (D) O texto deve ser econômico, com as palavras corretas para cada assunto.
  - (E) No texto jornalístico, sempre que houver alternativas, devem ser evitados os adjetivos e as palavras de significado complexo.
33. Para Mauro Wolf, no livro *Teorias da Comunicação* (1992), existem cinco categorias de valores-notícia usados pelos jornalistas. A adequação de um fato a esses valores pode determinar a sua divulgação. Qual dos valores-notícia a seguir não faz parte dos listados por Wolf?
- (A) A possibilidade de desdobramentos e suites da notícia.
  - (B) A importância e interesse da notícia.
  - (C) A atualidade do fato ou sua ruptura dos padrões de normalidade.
  - (D) A adequação da notícia ao meio de comunicação.
  - (E) A exclusividade da notícia.
34. Segundo J.B. Pinho, em seu livro *Jornalismo na Internet* (2003), o que não devemos encontrar num texto jornalístico para internet?
- (A) O realce das palavras-chave como links de hipertexto.
  - (B) A estrutura da notícia usando como base o conceito de pirâmide invertida.
  - (C) Diversos dados numéricos no corpo do texto, evitando que o usuário recorra a links com gráficos.
  - (D) Características técnicas em série fora do texto corrido, enumeradas com marcadores.
  - (E) Verbos de significado preciso no lugar de locuções verbais.
35. Muitos house-organs e boletins impressos já foram substituídos por veículos on line. Qual dos fatores abaixo não contribuiu para esse processo?
- (A) Menor custo de produção e distribuição.
  - (B) Novas possibilidades estéticas.
  - (C) Atualidade e Imediatismo.
  - (D) Periodicidade estendida.
  - (E) Maior alcance para públicos dispersos.
36. Qual conteúdo não está disponível no site da Assessoria de Imprensa da Fiocruz?
- (A) Glossário de doenças, com mais de 30 opções.
  - (B) Links para outras instituições de ciência e tecnologia.
  - (C) Lista de contatos dos diretores da Fiocruz.
  - (D) Matérias em inglês.
  - (E) Lista de contatos dos profissionais da Assessoria.
37. Uma das maneiras mais tradicionais de se avaliar o desempenho de uma assessoria de imprensa e através do processo de clipping. Segundo Wilson Bueno, em capítulo do livro *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia* (2002), os resultados devem ser relativizados porque:
- (A) No clipping só há material impresso.
  - (B) No clipping há apenas notícias positivas sobre a empresa ou instituição.
  - (C) O clipping é obrigatoriamente parcial, por não compreender chamadas de capa ou índices de cadernos.
  - (D) O clipping não reflete a intenção da assessoria, mas sim a interpretação dos veículos de comunicação.
  - (E) Devido à diversidade e à quantidade de veículos de comunicação, o clipping é sempre parcial, salvo quando elaborado pela própria assessoria de imprensa.

38. Qual das definições abaixo está incorreta?
- (A) Newspeg – “gancho” que atualiza uma informação permitindo que ela se torne notícia.
  - (B) Passivo de imagem – prejuízo acarretado para a credibilidade de uma empresa, decorrente da exposição negativa prolongada, ou recorrente, na mídia
  - (C) Midia training – cursos encomendados com o objetivo de otimizar o contato das fontes da empresa com a mídia.
  - (D) Workshopmídia – versão resumida do mídia training.
  - (E) Follow up – acordo tácito firmado com os jornalistas para que determinada informação não seja divulgada por um meio de comunicação.
39. Segundo J.B. Pinho (2003) quais são as diferenças entre o texto jornalístico para mídia impressa e para internet?
- (A) Apenas o texto para a mídia impressa ainda segue o conceito de pirâmide invertida.
  - (B) Somente o texto on line permite o uso de metáforas.
  - (C) O grande diferencial do texto on line é o uso de hipertexto, de modo que as informações principais só possam ser acessadas através de links.
  - (D) No texto on line, ao contrário do impresso, deve-se evitar o uso apenas do último nome do entrevistado numa segunda referência, pois isso pode confundir o internauta na rolagem de diferentes telas.
  - (E) A reportagem e a notícia on line são necessariamente mais incompletas que sua versão impressa.
40. O que o assessor de imprensa pode fazer sem ferir o Código de Ética Jornalística?
- (A) Pressionar para que notícias a respeito do assessorado sejam publicadas, oferecendo brindes da empresa ou instituição.
  - (B) Efetuar cobertura jornalística em órgãos ou empresas em que atua como assessor.
  - (C) Defender os interesses de seu assessorado, impedindo a manifestação de opiniões divergentes.
  - (D) Não se responsabilizar pelas matérias publicadas nos órgãos de imprensa elaboradas a partir de seus releases.
  - (E) Impedir o acesso às fontes diretas de informação a fim de sonegar informações de interesse público.
- 41 Segundo J.B. Pinho (2004), no design de páginas de informação jornalística para internet é aconselhável:
- (A) Usar a maior quantidade possível de cores. Cores contrastantes e brilhantes atraem o internauta de qualquer idade.
  - (B) Evitar os espaços em branco como parte do design da página. É preferível usar texturas elaboradas como fundo, pois elas valorizam a informação, facilitando a leitura e a compreensão do texto.
  - (C) Concentrar o máximo de informação numa única página. O usuário deve recorrer sempre à barra de rolagem.
  - (D) Usar as cores no texto com cuidado, pois elas são também sinais de links de hipertexto.
  - (E) Usar molduras e barras decorativas para distinguir o conteúdo publicitário do editorial.
42. Para Nilson Lage, em *A Reportagem – Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística* (2001), nem todo trabalho científico se presta à informação jornalística. Atualmente, para o autor, o jornalismo científico centra-se em quatro áreas de conteúdo. Qual delas não pertence ao conjunto de interesses da mídia?
- (A) Medicina.
  - (B) Cosmologia.
  - (C) Técnicas Agrícolas.
  - (D) Biologia.
  - (E) Teorias da Informação.
43. Para que serve o Mídia training?
- (A) Para através de entrevistas simuladas, orientações sobre as peculiaridades da imprensa e outras técnicas treinar as fontes de informação.
  - (B) Para treinar os jornalistas das assessorias para desenvolvimento de veículos de mídia interna.
  - (C) Para treinar os repórteres para lidar com as fontes de informação.
  - (D) Para treinar os jornalistas das assessorias para desenvolver veículos de mídia externa.
  - (E) Para treinar as fontes para elaboração de veículos jornalísticos.
44. Um assessor de imprensa de uma instituição pública estará agindo de acordo com o código de ética de sua categoria profissional se:
- (A) Num momento de crise para instituição assessorada, estimular seu cliente a não dar entrevistas até que a situação se acalme.
  - (B) Pautar-se unicamente pelos interesses de sua instituição na divulgação dos fatos.
  - (C) Exigir o direito de resposta sempre que ficar demonstrada a existência de equívocos ou incorreções em matérias publicadas sobre a instituição assessorada.
  - (D) Trabalhar em órgãos de imprensa a fim de facilitar a divulgação das informações da instituição assessorada.
  - (E) Aceitar oferta de trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial da categoria, desde que a instituição pública promova o bem comum.

45. Para Nilson Lage (2001), quais são características esperadas de um texto jornalístico sobre ciência e tecnologia elaborado para jornais de informação geral?
- (A) A clareza e a precisão nos números, pelo menos até a quarta casa decimal
  - (B) Simplicidade e comparações que aproximem o universo científico do universo do público.
  - (C) Exemplos e o máximo possível de termos técnicos
  - (D) Comparações e precisão nos números até a quinta casa decimal.
  - (E) Informações inéditas para a comunidade científica e textos extensos.
46. Segundo Ferrareto e Kopplin, em *Assessoria de Imprensa – Teoria e Prática* (1993) cabe ao assessor de imprensa treinar seu assessorado para que ele desenvolva uma seguintes ações:
- (A) Chegar numa coletiva sempre com um discurso pronto e acabado para evitar perguntas.
  - (B) Não atender a jornalistas se não tiver as informações por eles requeridas
  - (C) Tratar repórteres de jornais pequenos e grandes de maneira diferenciada, privilegiando estrategicamente os veículos.
  - (D) Usar apenas de dados concretos, evitando as frases de efeito, principalmente se a entrevista for para TV.
  - (E) Usar roupas chamativas em entrevistas para TV, assim ele chamará a atenção do telespectador para o que tem a dizer
47. Para Jorge Duarte, no livro *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Técnica*, (2002) são ações esperadas de um assessor de imprensa, exceto:
- (A) Fazer o follow-up, que pode incluir desde a confirmação da presença de jornalistas a um evento até a convocação de entrevistas coletivas.
  - (B) Agendar notícias, através de sugestões de pauta e releases convocatórios.
  - (C) Fazer o clipping das notícias publicadas na mídia sobre a empresa assessorada.
  - (D) Ser porta-voz, fonte oficial da empresa, em processos de gerenciamento de crises.
  - (E) Redigir releases e preparar press kits.
48. Quais são as características do release para Jorge Duarte (2003)?
- (A) A característica mais importante do release é a criatividade no texto. Mesmo subestimando a informação, ele deve chamar a atenção e assim ganhar espaço na mídia.
  - (B) Os títulos dos releases devem ter pelo menos 15 palavras, apresentadas em itálico e centralizadas.
  - (C) O release deve apresentar grande quantidade de informações, independentemente do número de páginas destinadas ao texto, visto que, com a redução do número de profissionais nas redações, não há como completar a apuração.
  - (D) No release devemos encontrar diversas fontes de informação, podendo usar tanto o discurso direto quanto indireto. Isso elimina a necessidade do repórter entrevistar diretamente a fonte.
  - (E) Os releases devem ter um autor responsável, claramente expresso, bem como todas as fontes de informação, com nome, e função ou cargo na instituição.
49. No livro *Saúde e Imprensa – O Público que se Dane!*, Ana Maria Palma e Thereza Christina Tavares, jornalistas da Fiocruz, elencaram os principais problemas na relação entre cientistas e jornalistas. Qual das opções não pertence à lista?
- (A) O uso do release como única fonte de informação.
  - (B) A dificuldade dos cientistas em traduzir suas atividades em linguagem simples.
  - (C) O desconhecimento dos cientistas sobre os processos de edição jornalística.
  - (D) O despreparo dos repórteres e o excesso de pautas diárias.
  - (E) A desconfiança dos repórteres em relação aos assessores de imprensa.
50. Para Maria Regina Martinez em *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Técnica*, (2002), não são características das assessorias de imprensa de empresas governamentais?
- (A) Atuar mais nas áreas de informação sobre prestação de serviços.
  - (B) Ter atuação fortemente proativa.
  - (C) Esclarecer seus públicos sobre possíveis atos da empresa que tenham atentado contra os direitos da sociedade ou sobre falhas na prestação de serviços.
  - (D) Aparecer mais nas ocasiões de eventos ou anúncios públicos, em coletivas.
  - (E) Divulgar balanços de resultados de campanhas e prestação de serviços.