



HOSPITAL DE
CLÍNICAS
PORTO ALEGRE RS

MISSÃO INSTITUCIONAL

Prestar assistência de excelência e referência com responsabilidade social, formar recursos humanos e gerar conhecimentos, atuando decisivamente na transformação de realidades e no desenvolvimento pleno da cidadania.

CADERNO DE QUESTÕES

EDITAL 05/2010 DE PROCESSOS SELETIVOS

PS 45 - JORNALISTA I

Nome do Candidato: _____

Inscrição nº: _____ - _____



HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

EDITAL Nº 05/2010 DE PROCESSOS SELETIVOS

GABARITO APÓS RECURSOS

PROCESSO SELETIVO 45

JORNALISTA I

01.	C	11.	B	21.	B	31.	B
02.	E	12.	B	22.	E	32.	A
03.	D	13.	B	23.	C		
04.	B	14.	D	24.	D		
05.	D	15.	A	25.	E		
06.	C	16.	D	26.	D		
07.	A	17.	C	27.	C		
08.	E	18.	B	28.	A		
09.	A	19.	A	29.	A		
10.	E	20.	C	30.	E		

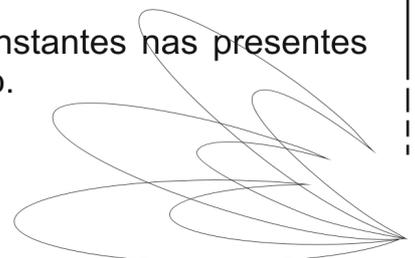


HOSPITAL DE
CLÍNICAS
PORTO ALEGRE RS

INSTRUÇÕES

- 1 Verifique se este CADERNO DE QUESTÕES corresponde ao Processo Seletivo para o qual você está inscrito. Caso não corresponda, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 2 Esta PROVA consta de 34 (trinta e quatro) questões, assim distribuídas: **32** (trinta e duas) questões objetivas, valendo 0,25 ponto cada, e **duas** (2) questões dissertativas, valendo 1,0 ponto cada.
- 3 Caso o CADERNO DE QUESTÕES esteja incompleto ou apresente qualquer defeito, solicite ao Fiscal da sala que o substitua.
- 4 Para cada questão objetiva, existe apenas **uma** (1) alternativa correta.
- 5 Preencha com cuidado a FOLHA DE RESPOSTAS e responda às questões dissertativas diretamente no CADERNO DE RESPOSTAS, evitando rasuras. Eventuais marcas feitas na FOLHA DE RESPOSTAS, a partir do número 33, serão desconsideradas.
- 6 Utilize caneta esferográfica de tinta azul para assinalar as respostas das questões objetivas na FOLHA DE RESPOSTAS e para responder às questões dissertativas no CADERNO DE RESPOSTAS, no espaço destinado a elas.
- 7 Durante a prova, não será permitida ao candidato qualquer espécie de consulta a livros, códigos, revistas, folhetos ou anotações, nem será permitido o uso de telefone celular, transmissor/receptor de mensagem ou similares e calculadora.
- 8 Ao terminar a prova, o candidato deverá entregar a FOLHA DE RESPOSTAS e o CADERNO DE RESPOSTAS ao Fiscal da sala.
- 9 A duração da prova é de **três (3) horas e 30 (trinta) minutos**, já incluído o tempo destinado ao preenchimento da FOLHA DE RESPOSTAS e à elaboração das respostas das questões dissertativas no CADERNO DE RESPOSTAS. Ao final desse prazo, a FOLHA DE RESPOSTAS e o CADERNO DE RESPOSTAS serão **imediatamente** recolhidos.
- 10 O candidato somente poderá retirar-se do recinto da prova após transcorrida uma (1) hora do seu início.
- 11 A desobediência a qualquer uma das recomendações constantes nas presentes instruções poderá implicar a anulação da prova do candidato.

Boa Prova!



01. No âmbito das teorias do Jornalismo, o termo *gatekeeper* designa

- (A) o conselho dos leitores que analisa os conteúdos publicados por um jornal e apresenta sugestões de temas a serem abordados.
- (B) o processo de produção jornalística que compreende desde a elaboração da pauta até a edição do jornal.
- (C) o profissional do veículo de comunicação que decide se uma notícia será ou não publicada.
- (D) o copidesque que revisa os textos antes da publicação do jornal, corrigindo eventuais erros.
- (E) a técnica para inserção de cada matéria em um espaço específico, ou *gate*, na página do jornal.

02. Por temerem o isolamento, as pessoas buscam integração social e popularidade e, em consequência, têm de permanecer atentas às opiniões e aos comportamentos majoritários, procurando expressar-se dentro dos parâmetros da maioria. Esta é, em síntese, a definição da teoria

- (A) dos usos e gratificações.
- (B) da socialização pelos meios de comunicação.
- (C) das diferenças de conhecimento.
- (D) da dependência.
- (E) da espiral do silêncio.

03. No que se refere aos gêneros jornalísticos, assinale as afirmações abaixo com **V** (verdadeiro) ou **F** (falso).

- () O gênero informativo retrata o fato com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão como notícia.
- () O gênero opinativo é interativo por excelência, proporcionando que o leitor, ouvinte ou telespectador manifeste sua opinião sobre os fatos.
- () O gênero que amplia qualitativamente a informação, situando-a em um quadro mais amplo, é denominado gênero qualitativo.
- () O gênero diversional mescla elementos noticiosos e de entretenimento.
- () O gênero utilitário tem por especificidades o serviço e a utilidade pública.

A sequência correta de preenchimento dos parênteses, de cima pra abaixo, é

- (A) F – V – F – V – F.
- (B) F – V – F – F – V.
- (C) V – F – V – V – V.
- (D) V – F – F – V – V.
- (E) V – V – V – F – F.

04. No jornalismo impresso, os títulos das notícias **NÃO** devem conter:

- (A) verbos no tempo presente do modo indicativo.
- (B) reprodução das palavras iniciais do texto.
- (C) siglas conhecidas do público.
- (D) verbos na voz ativa.
- (E) frases afirmativas.

05. Sobre o processo de elaboração da pauta jornalística, assinale a alternativa correta.

- (A) O ideal é que o pauteiro não desenvolva pautas com tamanho superior a cinco linhas, para não tolher a criatividade do repórter.
- (B) Como pauta é sinônimo de agenda, deve estar focada exclusivamente nos acontecimentos programados para o dia.
- (C) O pauteiro deve sugerir fontes com quem possua um bom relacionamento, a fim de garantir que o repórter tenha facilidade de acesso ao entrevistado.
- (D) Ao planejar uma pauta, o pauteiro deve levar em consideração o conjunto editorial do caderno em que a reportagem será publicada.
- (E) As fontes primárias sugeridas devem ser as assessorias de imprensa de órgãos governamentais, por disporem de informações oficiais.

06. Leia o texto a seguir:

No primeiro semestre de 2010, o Brasil realizou 2.367 transplantes – 16,4% a mais do que no mesmo período do ano anterior. De acordo com o Ministério da Saúde, isto é resultado, principalmente, do aumento no número de doadores e do treinamento de equipes de saúde para manutenção de pacientes em casos de morte encefálica.

Levando em consideração as técnicas de redação jornalística, assinale, entre as alternativas abaixo, aquela que apresenta a melhor opção de título para essa notícia.

- (A) Transplantes aumentaram 16% no Brasil
- (B) Brasil realizou 16% a mais de transplantes
- (C) Transplantes aumentam 16% no Brasil
- (D) Transplantes no Brasil: 16% de aumento
- (E) Transplantes tiveram aumento de 16% no Brasil

07. No texto jornalístico para veiculação em emissoras de rádio, devem predominar estruturas e recursos que facilitam a compreensão da notícia pelo ouvinte. Entre eles, podem ser destacados:

- (A) frases curtas, em ordem direta e afirmativas; verbos preferencialmente no tempo presente do modo indicativo; uso de sinônimos sempre que possível, mas repetição de palavras quando indispensável para a clareza da notícia.
- (B) frases telegráficas, sem o uso de artigos definidos; verbos no tempo presente do modo indicativo ou no gerúndio, para realçar a coloquialidade; predominância dos substantivos sobre os adjetivos.
- (C) frases curtas e afirmativas; verbos no tempo presente do modo indicativo; pelo menos um adjetivo a cada três linhas para prender a atenção do ouvinte.
- (D) frases curtas e afirmativas, em ordem direta; uso apenas de artigos indefinidos, evitando os artigos definidos, que prejudicam a fluência do texto; verbos no tempo presente do modo indicativo.
- (E) frases telegráficas e afirmativas, em ordem direta; verbos no tempo mais adequado a cada situação; pelo menos um adjetivo a cada duas linhas para prender a atenção do ouvinte.

08. Observe as orações que seguem:

*Os jogadores vão receber um prêmio por cada vitória.
O presidente adiou a decisão para depois.
O temporal da capital alagou a marginal.*

Cada uma contém elementos que devem ser evitados no texto jornalístico para rádio. São eles, respectivamente:

- (A) imprecisão, tempo verbal inadequado, rima.
- (B) uso inadequado do artigo definido em todas as situações.
- (C) redundância, hipérbole, cacofonia.
- (D) hipérbole, redundância, imprecisão.
- (E) cacofonia, redundância, rima.

09. No telejornalismo, existem notícias *quentes*, atuais, que precisam ser divulgadas imediatamente, e outras *frias*, sem caráter de atualidade, que podem ficar de reserva para divulgação no momento oportuno. Esses dois tipos de notícias são denominados, respectivamente:

- (A) *hard news* e *features*.
- (B) *features* e amenidades.
- (C) *features* e *hard news*.
- (D) *hard news* e *soft news*.
- (E) atualidades e amenidades.

10. A elaboração de um telejornal envolve a participação de profissionais detentores de diferentes funções, entre eles os que estão relacionados na primeira coluna. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira, indicando que atribuição corresponde a cada cargo.

- (1) Diretor de jornalismo
- (2) Editor-chefe
- (3) Âncora
- (4) Produtor
- (5) Editor
- (6) Pauteiro
- (7) Redator

- () Acompanha a edição do telejornal desde o início, coordenando sua preparação dentro e fora do estúdio.
- () Apresentador que acompanha e participa do processo de confecção do telejornal em todas suas etapas.
- () Responsável pela montagem final da reportagem que vai ao ar.
- () Redige os textos que serão lidos pelo apresentador ou âncora.
- () Responsável pela linha editorial da emissora.
- () Responsável direto pelo telejornal.
- () Seleciona assuntos que podem ser transformados em reportagens.

A sequência numérica correta de preenchimento dos parênteses da segunda coluna, de cima para baixo, é

- (A) 2 – 3 – 6 – 4 – 7 – 1 – 5.
- (B) 4 – 3 – 5 – 7 – 2 – 1 – 6.
- (C) 3 – 2 – 5 – 6 – 7 – 1 – 4.
- (D) 2 – 5 – 4 – 7 – 1 – 3 – 6.
- (E) 4 – 3 – 5 – 7 – 1 – 2 – 6.

11. O processo de produção da notícia no jornalismo *on-line* apresenta tanto semelhanças quanto diferenças em relação àquele praticado tradicionalmente no jornalismo impresso. Neste contexto, é correto afirmar que

- (A) as rotinas do jornalismo *on-line* excluem a etapa de elaboração da pauta, proporcionando a agilidade necessária à produção da notícia em tempo real.
- (B) uma das principais mudanças diz respeito ao *deadline*, que no jornalismo *on-line* passa a ser contínuo.
- (C) o perfil e as habilidades exigidas dos jornalistas são idênticos no jornalismo impresso e no jornalismo *on-line*.
- (D) uma das principais mudanças está relacionada aos critérios de noticiabilidade e valores-notícia, que no jornalismo *on-line* são distintos daqueles utilizados no jornalismo impresso.
- (E) há, no jornalismo *on-line*, maior segmentação das funções jornalísticas, com cada profissional respondendo por uma única tarefa ou etapa do processo de trabalho.

12. Considerando-se que reportagens sobre saúde publicadas em um jornal dirigido ao público em geral promovem divulgação científica a leitores leigos, é **INCORRETO** afirmar que, nesse tipo de cobertura,

- (A) ocorre uma partilha social do saber, tornando acessíveis ao cidadão comum conhecimentos originados em um universo especializado.
- (B) devem ser evitados mecanismos textuais de comparação entre termos científicos e expressões cotidianas, para não confundir o leitor.
- (C) citar fontes de prestígio no meio científico, a elas atribuindo a origem de informações, é uma maneira de dar ao texto mais credibilidade e sentido de realidade.
- (D) ao contrário dos *papers* científicos, que normalmente seguem uma ordem cronológica de exposição dos fatos, os textos das matérias costumam apresentar as conclusões de pesquisas e suas aplicações no cotidiano já no início do texto, para atrair a atenção do leitor.
- (E) recursos como histórias ilustrativas, *boxes* e imagens podem ser utilizados para tornar o texto mais compreensível e atrativo.

13. Serviço de *microblogging* gratuito que permite enviar e compartilhar textos curtos, o Twitter é uma ferramenta que pode ser utilizada pelo assessor de imprensa para aumentar a circulação de informações a respeito de seu assessorado. Uma de suas principais vantagens é

- (A) substituir integralmente o envio de relises aos veículos de comunicação.
- (B) proporcionar o envio de mensagens de qualquer lugar, utilizando o celular.
- (C) reduzir a necessidade de atualização constante do *mailing* de imprensa.
- (D) permitir o envio simultâneo de até cinco mensagens a uma lista de seguidores.
- (E) limitar o tamanho dos textos a 140 caracteres, poupando trabalho ao assessor.

14. Obter divulgação de notícias relacionadas ao seu assessorado em veículos de comunicação é um dos principais objetivos do assessor de imprensa. Para isso, ele deve

- (A) enviar aos veículos de comunicação todas as notícias de interesse da organização, a fim de ampliar as possibilidades de obtenção de espaços de divulgação.
- (B) concentrar esforços no fornecimento de informações exclusivas aos veículos mais importantes, a fim de obter divulgação em espaços de maior impacto.
- (C) manter bons relacionamentos pessoais nos veículos de comunicação para assegurar a obtenção de espaços para notícias positivas e impedir a divulgação de fatos negativos.
- (D) avaliar jornalisticamente os acontecimentos que envolvam o assessorado, divulgando aos veículos aqueles que efetivamente possam ter interesse social.
- (E) enviar aos veículos de comunicação todas as notícias de interesse institucional se for assessor de órgão público, mas ser parcimonioso na escolha dos temas dos relises, se assessorar empresa privada.

15. Numere a segunda coluna de acordo com a primeira, identificando as características dos diferentes tipos de relises produzidos em uma assessoria de imprensa.

- (1) De opinião
- (2) Padrão
- (3) Especial
- (4) Artigo
- (5) Comunicado

- () Contém informações para o jornalista, e não para divulgação no veículo.
- () Baseia-se em entrevista, na qual o assessorado manifesta-se a respeito de um fato.
- () Destina-se à publicação em espaços reservados às editorias de opinião de veículos impressos.
- () Atém-se aos detalhes principais do fato, destacando o *quê* e o *quem* da informação.
- () Geralmente, é solicitado por um veículo de comunicação impossibilitado de cobrir o acontecimento divulgado pela assessoria de imprensa.

A sequência numérica correta de preenchimento dos parênteses da segunda coluna, de cima para baixo, é

- (A) 5 – 1 – 4 – 2 – 3.
- (B) 3 – 1 – 4 – 5 – 2.
- (C) 5 – 4 – 1 – 2 – 3.
- (D) 3 – 1 – 4 – 5 – 2.
- (E) 3 – 4 – 5 – 1 – 2.

16. Quando o assessor de imprensa produz relises para veículos impressos, deve obedecer, na padronização da escrita, a uma média estabelecida com base nas convenções adotadas pelos jornais e revistas de referência. Por isso deve

- (A) utilizar caixa alta para destacar palavras.
- (B) na reprodução de declarações de entrevistados, dar preferência às textuais e sem conetivo.
- (C) evitar entretítulos em relises especiais ou de cobertura.
- (D) citar fontes preferencialmente mencionando primeiro o cargo ou função e depois o nome.
- (E) usar caixa alta apenas na letra inicial das siglas que não são pronunciadas como palavras.

17. O relise produzido para ser enviado pela assessoria de imprensa especificamente a emissoras de rádio possui algumas características especiais. Entre elas, destaca-se

- (A) a utilização de aspas para introduzir declarações literais.
- (B) o uso de texto telegráfico.
- (C) a grafia de números cardinais de 0 a 9 por extenso.
- (D) a preferência pelo texto machetado.
- (E) a inexistência de lide.

18. Na atualidade, considera-se que a melhor maneira de medir o sucesso do trabalho de uma assessoria de imprensa é

- (A) quantificar o total de centímetros/coluna de matérias publicadas a respeito do assessorado em veículos impressos e o de minutos veiculados em emissoras de rádio e televisão.
- (B) vincular os resultados de comunicação aos objetivos e metas da organização, avaliando a contribuição do trabalho de AI para a viabilização e o sucesso do negócio do assessorado.
- (C) quantificar, principalmente, a divulgação do assessorado na *web* e nas redes sociais, permitindo o alinhamento da organização ao contexto da convergência digital.
- (D) quantificar o número de entrevistas concedidas pelo assessorado e compará-lo ao volume de entrevistas concedidas, nos mesmos espaços, pelo principal concorrente da organização.
- (E) conferir periodicamente se todas as atividades programadas no *checklist* da assessoria de imprensa foram realizadas, a fim de alinhar metas e resultados.

19. Trabalhando em um hospital público que enfrenta superlotação em seu setor de emergência, devido ao excesso de demanda, o assessor de imprensa, que está previamente ciente deste problema, recebe contato de jornalista da principal emissora de televisão local, o qual informa ter recebido denúncia de um paciente idoso que estaria aguardando há várias horas por atendimento médico. O repórter informa, ainda, que pretende abordar o assunto em reportagem no próximo telejornal, denunciando omissão de assistência.

Considerando as boas práticas de assessoria de imprensa, assinale a alternativa correspondente à conduta mais adequada a ser adotada pelo assessor de imprensa nesta situação.

- (A) Admitir que a emergência está superlotada e colocar uma fonte do hospital à disposição para gravar entrevista, explicando as causas do problema e as medidas adotadas pela instituição para tentar amenizá-lo.
- (B) Esclarecer que a assessoria não pode responder a denúncias anônimas e subjetivas e pedir que o repórter obtenha mais dados concretos para que a AI possa apurar a situação.
- (C) Informar a direção do hospital sobre o ocorrido, a fim de que esteja precavida para responder à denúncia no dia seguinte.
- (D) Atuando de forma pró-ativa e transparente, providenciar imediato atendimento ao paciente em questão e informar ao jornalista sobre a atitude tomada, eliminando o risco de haver divulgação prejudicial à instituição.
- (E) Admitir a existência do problema e pedir ao jornalista que não divulgue a informação, comprovando com dados objetivos a tradição do hospital na prestação de serviços de qualidade e argumentando que a reportagem poderá criar descrédito e apreensão junto aos pacientes.

20. O relise é um dos principais produtos desenvolvidos pela assessoria de imprensa a fim de divulgar informações relativas ao assessorado para os veículos de comunicação. No entanto, diversos outros produtos podem ser elaborados pela AI com a mesma finalidade, tais como:

- (A) *mailings, press-kits*, entrevistas coletivas, fotografias, *blogs*.
- (B) *checklists, press-kits*, audiovisuais, entrevistas coletivas, fotografias.
- (C) *press-kits*, entrevistas coletivas, audiovisuais, *blogs*, fotografias.
- (D) *clippings, checklists, press-kits*, fotografias, audiovisuais.
- (E) *press-kits, clippings*, entrevistas coletivas, audiovisuais, *blogs*.

21. A respeito da produção de *house organs*, assinale **V** (verdadeiro) ou **F** (falso) para as afirmações abaixo.

- () Os *house organs on-line* apresentam como principal vantagem a possibilidade de divulgação ágil de fatos, e como principal desvantagem, o alto custo de produção.
- () A tiragem de um *house organ* impresso deve respeitar pelo menos a proporção de um exemplar para cada três leitores.
- () Nos *house organs* impressos, o tipo de veículo mais indicado para divulgar informações imediatas é o jornal.
- () A página inicial da intranet de uma organização pode ser utilizada como um mural eletrônico para divulgação de notícias.
- () Na definição do público-alvo de um *house organ*, a alternativa mais eficaz é projetar um veículo capaz de atender, simultaneamente, aos segmentos interno e externo.

A sequência correta de preenchimento dos parênteses, de cima para baixo, é

- (A) F – F – V – F – V.
- (B) F – F – F – V – F.
- (C) V – V – F – F – F.
- (D) V – V – F – V – V.
- (E) F – V – F – V – F.

22. Em um trabalho de divulgação, cabe ao assessor de imprensa tomar todas as providências necessárias a fim de que os contatos de seu assessorado com os jornalistas rendam os melhores resultados possíveis. Para isto, deve, inclusive, orientar o assessorado sobre como se relacionar com a mídia e se portar nas entrevistas. Assinale a alternativa que **NÃO** contém uma orientação adequada.

- (A) Quando não puder, por algum motivo importante, fornecer uma informação solicitada pelo repórter, mesmo assim o assessorado deve recebê-lo e explicar o porquê da impossibilidade de divulgar o dado.
- (B) O assessorado deve receber, com a mesma atenção e disponibilidade, tanto o repórter de um pequeno jornal do interior quanto o de uma revista de circulação nacional, ainda que aparentemente a divulgação no veículo de menor porte não tenha grande interesse para a organização.
- (C) Para que a entrevista tenha tom de diálogo, e não de declamação, o assessorado deve evitar ir para a entrevista com um discurso preparado, embora possa, no início, destacar os pontos principais do assunto, por meio de uma breve exposição geral.
- (D) O assessorado deve estar disponível para atender os repórteres nas situações de crise vividas pela organização, mesmo sabendo que poderão surgir perguntas embaraçosas.
- (E) Nas entradas ao vivo em rádio e TV, o assessorado deve estar preparado para sugerir novas abordagens quando o entrevistador desejar encerrar entrevista, prolongando a permanência no ar para melhor desenvolvimento do tema.

23. Nos *sites* de órgãos governamentais, a disponibilização, para acesso por jornalistas e pela sociedade em geral, de informações relativas a orçamento, fornecedores, compras e licitações é uma prática

- (A) antiética, por expor publicamente dados sigilosos.
- (B) não recomendada, por possibilitar acesso a dados que podem favorecer e ocorrência de fraudes em processos licitatórios.
- (C) recomendada, por promover a transparência pública.
- (D) contraindicada para instituições como hospitais, por infringir preceitos da bioética.
- (E) que deve ser avaliada individualmente, de acordo com a natureza de atividade de cada órgão.

24. As intensas e velozes mudanças que caracterizam a sociedade atual, em grande parte geradas pelos avanços tecnológicos relacionados à tecnologia da informação, também estão presentes na área da comunicação e, conseqüentemente, perpassam a atividade de assessoria de imprensa. Nesse contexto, assinale **V** (verdadeiro) ou **F** (falso) para as afirmações abaixo.

- () As empresas de comunicação têm promovido significativas mudanças para manutenção da competitividade no mercado, com impacto, principalmente, sobre seu produto final – por exemplo, com o fim da circulação da versão impressa de alguns jornais. No entanto, as mudanças ainda não se fazem sentir no nível dos processos internos e rotinas profissionais dos veículos de comunicação e, em consequência, o reflexo destas mudanças para as assessorias de imprensa ainda diz respeito apenas ao modo de acompanhamento e controle das informações divulgadas a respeito de seu assessorado (do analógico ao digital), sem alterações na forma de trabalho dos assessores.
- () A grande quantidade de informações de fontes diversas hoje circulante, bem como a facilidade de acesso a elas, requer do assessor de imprensa renovados esforços destinados a conquistar espaços para a divulgação de notícias relativas a seu assessorado. A melhor estratégia para isso é ampliar a quantidade de relises enviados aos veículos de comunicação, marcando presença constante para que o nome e a marca do assessorado estejam sistematicamente presentes na mente dos formadores de opinião, destacando-se sobre outras fontes de informação.
- () Não só os veículos de comunicação vêm mudando, mas também as necessidades e oportunidades de diálogo entre empresas, órgãos públicos, instituições ou personalidades e seus diferentes públicos, bem como as demandas da sociedade em relação às organizações. Isso também se reflete na necessidade de inovação permanente nas estratégias adotadas e nas técnicas empregadas pelas assessorias de imprensa.
- () As inovações tecnológicas não necessariamente têm correspondido aos aumentos dos postos de trabalho para jornalistas em veículos de comunicação, o que leva cada vez mais profissionais da área a encontrarem alternativas de trabalho em assessorias de imprensa.

A seqüência correta de preenchimento dos parênteses, de cima para baixo, é

- (A) V – F – V – F.
- (B) F – V – V – F.
- (C) V – F – F – V.
- (D) F – F – V – V.
- (E) V – F – F – F.



25. Alguns autores da área da comunicação consideram que, no passado, os proprietários dos meios de comunicação tinham o controle total do conteúdo que chegava ao público, mas que hoje esse poder é compartilhado com os cidadãos em função do advento

- (A) da assessoria de imprensa.
- (B) dos portais de transparência.
- (C) dos telefones celulares.
- (D) da assessoria de comunicação integrada.
- (E) das redes sociais.

26. Nos teclados de computadores, a tecla *Print Screen* permite

- (A) imprimir imagens diretamente da tela.
- (B) ver na tela detalhes da formatação do texto.
- (C) padronizar o formato do texto a partir de *templates*.
- (D) copiar automaticamente uma imagem tal como ela aparece na tela.
- (E) imprimir imagens com alta resolução.

27. Em uma assessoria de comunicação, frequentemente o jornalista trabalha em conjunto com um profissional da área de planejamento gráfico ou *design* na elaboração de peças gráficas, como boletins, folhetos ou cartazes. Ao combinarem os dois elementos da mensagem – conteúdo e forma –, estes profissionais devem levar em consideração que, para a comunicação eficaz da mensagem,

- (A) o texto deve sempre se sobressair à imagem.
- (B) a imagem deve sempre se sobressair ao texto.
- (C) textos e imagens devem ser considerados mutuamente interdependentes.
- (D) textos e imagens devem ser considerados independentes um do outro.
- (E) a forma não existe sem um conteúdo a ser comunicado, mas o conteúdo tem vida própria e independente da forma.

28. Um bom planejamento gráfico ou *design* é fundamental para a qualidade e comunicabilidade dos impressos ou peças gráficas desenvolvidos por uma assessoria de comunicação. A respeito desse processo, assinale a alternativa **INCORRETA**.

- (A) Ao distribuir textos e imagens em uma página, o *designer* deve levar em consideração que o ponto que atrai primeiramente a atenção do leitor é o canto superior direito.
- (B) Ao diagramar uma peça gráfica, o *designer* costuma utilizar a grade ou *grid* para organizar textos e imagens com consistência e uniformidade.
- (C) Um bom *design* deve cumprir dois requisitos: atração (atrair o leitor por meio da clareza e da força) e orientação (guiá-lo na leitura do material).
- (D) O *design* de peças gráficas deve atender quatro princípios: contraste, equilíbrio, alinhamento e ritmo.
- (E) Para guiar o leitor pelas páginas de um jornal, ajudando-o a localizar-se, o *designer* pode utilizar vinhetas.

29. Algumas definições são importantes para o sucesso da comunicação institucional, como a *segmentação* e o *conceito*. A segmentação representa a necessidade de escolher o público-alvo a ser atingido por uma ação ou produto de comunicação, o que vai influenciar diretamente nas estratégias a serem adotadas. Já sobre o conceito, pode-se afirmar que ele deve

- (A) ser neutro quanto à mídia, podendo ter aplicação em qualquer meio.
- (B) variar de acordo com as diferentes mídias.
- (C) ser efêmero, embora sólido, para que as ideias contidas não fiquem ultrapassadas.
- (D) possuir uma identidade mutável.
- (E) ser comunicável e mensurável.

30. Em uma organização, o tipo de comunicação que permite o estabelecimento de uma política global, por proporcionar maior coerência entre os diferentes programas, bem como a existência de uma linguagem comum e de um comportamento homogêneo, é denominado

- (A) *stakeholder*.
- (B) comunicação organizacional.
- (C) modelo assimétrico de duas mãos.
- (D) modelo simétrico de duas mãos.
- (E) comunicação integrada.

31. O produto desenvolvido por uma assessoria de imprensa para ser enviado, em geral, a colonistas e que prima pela adequação da mensagem às necessidades da seção cujo público pretende atingir é denominado

- (A) relise padrão.
- (B) relise dirigido.
- (C) nota oficial.
- (D) relise especial.
- (E) artigo.

32. Ao atuar em uma instituição da área da saúde, o assessor de imprensa deve estar familiarizado com conceitos de Bioética, uma vez que estes auxiliam na reflexão pró-ativa sobre novas situações surgidas no cotidiano da atividade. Para que cumpra essa finalidade, a Bioética não deve ser abordada de forma restrita ou simplificada, mas sim levar em consideração, de forma combinada, os seguintes elementos:

- (A) ética, humildade, responsabilidade, competência interdisciplinar e intercultural, senso de humanidade.
- (B) ética, equilíbrio, racionalidade, percepção, solidariedade, humanidade, responsabilidade.
- (C) ética, interdisciplinariedade, responsabilidade, cientificidade, pró-atividade, amplitude, confiabilidade.
- (D) integração, ética, humanidade, cientificidade, interdisciplinariedade.
- (E) flexibilidade, pró-atividade, ética, responsabilidade social e ambiental.

Instrução: Responda às questões de números **33** e **34** no CADERNO DE RESPOSTAS, de forma dissertativa, atendo-se ao solicitado em cada uma delas.

33. Considere que você trabalha na Assessoria de Comunicação do Hospital de Clínicas de Porto Alegre e, no início do mês de setembro de 2010, a coordenadora do Encontro Internacional de Pesquisa Médica solicita a divulgação desse encontro promovido pela instituição, sobre o qual fornece as informações contidas no quadro a seguir (*dados fictícios*). Para dar início à divulgação, você decide, entre outras ações, enviar relise a alguns portais de conteúdo na internet que possuem espaços específicos para a divulgação de agendas de eventos.

Dentro do contexto descrito e com base nas informações contidas no quadro, redija um **relise para internet**, considerando que o texto será avaliado conforme os seguintes aspectos:

- a adequação dos critérios jornalísticos utilizados para a seleção e a hierarquização de informações;
- a adequação às características do tipo de relise em questão e aos objetivos da divulgação proposta;
- a correção no uso das técnicas de redação jornalística para assessoria de imprensa;
- a correção no uso da Língua Portuguesa.

Título do evento: Encontro Internacional de Pesquisa Médica.

Promoção: Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA).

Apoio: Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Enfermagem da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Odontologia da UFRGS, Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFRGS, CNPq, FAPERGS.

Coordenadora: profa. Dra. Maria L. P. K. de Andrade.

Local de realização: Anfiteatro do Hospital de Clínicas de Porto Alegre.

Data: 04, 05, 06 e 07 de outubro de 2010.

Entrega dos crachás: No primeiro dia do evento, das 8 horas às 10 horas.

Tema principal: Contribuições da Pesquisa em Saúde para uma Sociedade Melhor.

Alguns dos temas e palestrantes já confirmados:

- *A pesquisa em saúde: os objetivos do milênio* - Prof. Dr. César Castro de Azevedo – professor da Faculdade de Medicina da UFRGS – falará sobre os avanços científicos no campo biomédico e seu potencial de aplicação na saúde humana e animal.

- *Equívocos da pesquisa: a saúde pública em segundo plano* – Dr. John Stuart Cassels (EUA) – diretor de Sanitarismo da Organização Mundial da Saúde (OMS) – vai mostrar que menos de 10% dos recursos globais para a pesquisa em saúde destinam-se às doenças ou condições responsáveis por 90% da carga total de doenças prevalentes no mundo, já que o foco, hoje, está muito mais concentrado em questões genômicas, de bioterrorismo e de biodefesa. Segundo ele, a exiguidade de recursos para a pesquisa em saúde relacionada com doenças da pobreza exige das agências financiadoras uma mudança de foco na priorização e seleção de programas e projetos para investimento.

Inscrições: site www.hcpa.ufrgs.br.

Para maiores informações: telefone (51) 3359.8529.

Observações:

- Todos os dias, haverá *coffee-break* às dez da manhã e às duas da tarde, patrocinado pela NutriMel Ltda.

- Os participantes que tiverem 60% de presença ou mais receberão certificado. Para os funcionários do HCPA, esse certificado conta pontos no Plano de Crescimento Profissional.

34. O relise é um dos principais produtos utilizados pela assessoria de imprensa para encaminhar informações sobre o assessorado aos veículos de comunicação com a finalidade de obter divulgação jornalística, devendo atender a alguns requisitos básicos para atingir este objetivo. Neste contexto, cite e comente, em relação a um relise padrão a ser enviado a jornais impressos:

- a. três critérios a serem observados quanto ao **conteúdo** do relise;
- b. três características técnicas a serem seguidas na **estruturação** do texto;
- c. três condutas a serem observadas na **distribuição** do material.