



AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

CONCURSO PÚBLICO

CARGO 42

Analista Administrativo

Especialidade: Relações Públicas

Aplicação: 7/11/2004

CADERNO DE PROVAS
OBJETIVAS E DISCURSIVA

CESPE
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Criando Oportunidades para Realizar Sonhos

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Ao receber este caderno, confira se ele contém **cento e vinte** itens, correspondentes às provas objetivas, corretamente ordenados de **1 a 120**, e a prova discursiva, acompanhada de uma página para rascunho.
- 2 **ATENÇÃO:** este caderno inclui dois conjuntos de itens numerados de **11 a 20**, cada um deles correspondente a uma opção de língua estrangeira devidamente identificada (língua espanhola ou língua inglesa).
- 3 Na folha de respostas, marque as respostas relativas aos itens de língua estrangeira de acordo com a sua opção, pois não serão aceitas reclamações posteriores.
- 4 A página para rascunho é de uso opcional; não contará, portanto, para efeito de avaliação.
- 5 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 6 Nos itens das provas objetivas, recomenda-se não marcar ao acaso: a cada item cuja resposta divirja do gabarito oficial definitivo, além de não marcar ponto, o candidato recebe pontuação negativa, conforme consta em edital.
- 7 Não utilize nenhum material de consulta que não seja fornecido pelo CESPE.
- 8 Não serão distribuídas folhas suplementares para rascunho nem para texto definitivo.
- 9 Durante as provas, não se comunique com outros candidatos nem se levante sem autorização do chefe de sala.
- 10 A duração das provas é de **quatro horas e trinta minutos**, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer das provas —, ao preenchimento da folha de respostas e à transcrição do texto definitivo para a respectiva folha.
- 11 Na prova discursiva, não será avaliado texto escrito a lápis, em local indevido ou que tenha identificação fora do local apropriado.
- 12 Ao terminar as provas, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe a sua folha de respostas e a folha de texto definitivo e deixe o local de provas.
- 13 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno, na folha de rascunho, na folha de respostas ou na folha de texto definitivo poderá implicar a anulação das suas provas.

AGENDA

- I **8/11/2004**, a partir das 10 h – Gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas: Internet — www.cespe.unb.br — e quadros de avisos do CESPE/UnB.
- II **9 e 10/11/2004** – Recursos (provas objetivas): formulários estarão disponíveis no Sistema Eletrônico de Interposição de Recurso, Internet — www.cespe.unb.br.
- III **1.º/12/2004** – Resultado final das provas objetivas e resultado provisório da prova discursiva: Diário Oficial da União e locais mencionados no item I.
- IV **2 e 3/12/2004** – Recursos (prova discursiva): em locais e horários que serão informados na divulgação do resultado provisório.
- V **14/12/2004** – Resultado final da prova discursiva e convocação para a avaliação de títulos: Diário Oficial da União e Internet — www.cespe.unb.br.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o item 13 do Edital n.º 1/2004 – ANVISA, de 25/8/2004.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 448 0100; Internet – www.cespe.unb.br.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

De acordo com o comando a que cada um dos itens de **1 a 120** se refira, marque, na **folha de respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a folha de rascunho e, posteriormente, a **folha de respostas**, que é o único documento válido para a correção das suas provas.

CONHECIMENTOS BÁSICOS

1 O que nós conhecemos como vida é apenas a
camada superficial de um mundo desconhecido. A grande
maioria dos seres vivos são bactérias e microrganismos. Os
4 cientistas estimam que as espécies que só podem ser vistas
com aparelhos especiais cheguem a 10 milhões. Ou, quem
sabe, a 100 milhões. O biólogo norte-americano Craig
7 Venter acredita que o código genético de microrganismos
pode se transformar num excelente negócio no futuro.
Esses seres microscópicos estão na base da cadeia alimentar
10 e dão forma aos ciclos de carbono, nitrogênio e outros
nutrientes que sustentam todo o ecossistema. Em teoria, o
DNA deles pode conter a chave para gerar energia barata,
13 desenvolver remédios e acertar as bagunças da natureza
provocadas pelo avanço da civilização. Há bactérias que só
vivem em locais onde existe petróleo. Quem identificá-las
16 terá o mapa da mina para explorar o produto.

Veja. 25/8/2004, p. 64-5 (com adaptações).

Julgue os seguintes itens, a respeito da organização e das idéias do texto acima.

- 1 Com o emprego do adjetivo “superficial” (ℓ.2), em sentido conotativo, a argumentação do texto reforça a idéia de que a ciência tem tratado de maneira muito pouco aprofundada os conhecimentos sobre a totalidade dos seres vivos do planeta.
- 2 De acordo com os sentidos do texto, a troca da expressão verbal “pode se transformar” (ℓ.8) por **pode vir a ser transformado** mantém a correção gramatical e a voz passiva verbal.
- 3 Preservam-se a coerência textual e a correção gramatical do texto ao se substituir “Esses seres microscópicos” (ℓ.9) por **Cada um desses seres microscópicos**, desde que se substitua também “estão” (ℓ.9) por **está**, “dão” (ℓ.10) por **dá** e “sustentam” (ℓ.11) por **sustenta**.
- 4 O pronome “deles” (ℓ.12) refere-se tanto a “seres microscópicos” (ℓ.9) quanto a “microrganismos” (ℓ.7).

5 Por suas características gramaticais, o advérbio “só” (ℓ.14), além de estar antes de “vivem” (ℓ.15), poderia, sem que fosse prejudicada a argumentação do texto ou sua correção gramatical, ser deslocado para imediatamente antes de qualquer uma das seguintes expressões, todas na linha 15: “em locais”, “onde”, “existe”, “petróleo”.

6 Para que o texto respeitasse completamente as normas da língua culta exigidas em um relatório, atestado ou ofício, o pronome átono em “identificá-las” (ℓ.15) deveria ser empregado antes do verbo: **Quem as identificar**.

1 A maior parte (cerca de 60%) das 294 mil toneladas de lixo que o Brasil produz não tem destino apropriado, sendo descartada em lixões ou rios. Mesmo os rejeitos
4 adequadamente dispostos em aterros sanitários geram problemas, já que ocupam terras que poderiam ser usadas para a agricultura, impedem o reaproveitamento de nutrientes
7 pelo solo, contaminam águas subterrâneas, levam à proliferação de animais e insetos transmissores de doenças e exigem um investimento alto. O chamado composto de lixo
10 urbano pode ser uma alternativa para reduzir o volume de lixo e os gastos associados.

Fred Furtado. **Descartado e útil**. In: *Ciência Hoje*, maio/2003, p. 44 (com adaptações).

Com base na organização das idéias do texto acima, julgue os itens subsequentes.

- 7 Pela relação de sentidos que estabelece, e devido à estrutura lingüística em que aparece, a forma verbal “tem” (ℓ.2) também poderia ser empregada com acento gráfico: **têm**.
- 8 No texto, o gerúndio “sendo” (ℓ.3) corresponde ao infinitivo preposicionado: **por ser**.
- 9 O emprego da flexão de plural nas formas verbais “geram” (ℓ.4), “ocupam” (ℓ.5), “impedem” (ℓ.6), “contaminam” (ℓ.7), “levam” (ℓ.7) e “exigem” (ℓ.9) justifica-se pela mesma razão: a concordância com o sujeito apenas explicitado para a primeira delas e subentendido nas demais.
- 10 Subentende-se da argumentação do texto que a inserção de **a ele** logo antes de “associados” (ℓ.11) preserva a coerência e a correção gramatical do texto.

Texto para los ítems de 11 a 20

La OCU reclama un mayor control de los alimentos funcionales

1 La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) ha planteado abiertamente la necesidad de un mayor control y
regulación legal de los alimentos funcionales. En boga desde hace dos décadas, centran su peculiaridad en propiedades
supuestamente beneficiosas para la salud a través del enriquecimiento con determinados micronutrientes. Pese a ello, las etiquetas
4 de muchos de ellos continúan siendo poco claras, lo que puede causar confusión entre los consumidores, por lo que se hace cada
vez más necesario establecer algún tipo de control que garantice una información veraz. En opinión de José María Múgica,
director de la OCU, muchos de los productos de esta categoría que actualmente pueden adquirirse en el mercado español utilizan
7 fórmulas que permiten escapar a cualquier normativa. “Lo que pedimos es que se controlen las menciones que se pueden incluir
en este tipo de productos y que pueden inducir a la confusión entre los consumidores”.

Por ejemplo, cuando se habla de que un determinado producto adelgaza, se establece una relación de causa-efecto,
10 mientras que si se especifica que el producto concreto ayuda a adelgazar, “se está jugando con las palabras”, de modo que se
traslada al consumidor el mensaje que espera, cuando en realidad “todo puede ayudar a adelgazar”, dice Múgica.

Desde la organización consumerista se exige la regulación de los alimentos funcionales. En caso contrario, explica
13 Múgica, en pocos años entraríamos en el mundo de los *alimentos*, alimentos que pretenden tener cualidades terapéuticas y
preventivas como algunos medicamentos, pero que deberán ser demostradas a través de análisis científicos.

La OCU lamenta, además, que muchas de las indicaciones contenidas en las etiquetas de los alimentos funcionales no
16 son demostrables científicamente. Por otra parte, al igual que en los productos destinados al público infantil, recuerdan la
obligatoriedad de mencionar los beneficios de la lactancia materna, en los funcionales debería incluirse un mensaje que recordara
que la salud depende de una dieta variada y equilibrada. El objetivo es que no se traslade al consumidor la idea de que un alimento
19 tiene un “efecto beneficioso y directo” sobre la salud, y evitar así que términos como salud o saludable no se empleen “con tanta
alegría”.

Los alimentos funcionales son “producto del *márqueting*”. “En muchos momentos se hace pensar a los consumidores que
22 unos productos son superiores a otros”, señala el director de la OCU. Pero detrás de expresiones más o menos afortunadas, añade,
la realidad acaba demostrando que en muchos casos se trata de simples “juegos de palabras”. Por ejemplo, “con más sabor, ¿pero
a qué?, o producto más rico, ¿en qué?”.

Lo que sí ha conseguido la tecnología alimentaria es alcanzar estándares de calidad más homogéneos. Desde la OCU,
explica Múgica, cuando se realizan análisis comparativos de productos en alimentación, con mucha frecuencia se observa una
homogeneidad en los parámetros de calidad. Desde hace unos años han observado que las diferencias no se encuentran en el
28 producto propiamente dicho, aspecto que ha propiciado la aparición en el mercado de una batería de productos enriquecidos con
micronutrientes como elemento diferencial, fundamentalmente en los lácteos, zumos y cereales. “Y cada vez van a aparecer más”,
predice.

Internet: <<http://www.madrimasd.org>> (adaptado).

Según el texto, juzgue los siguientes ítems.

- 11 Los alimentos funcionales son esenciales para la salud.
- 12 Los alimentos funcionales han estado de moda en el mercado hace veinte años.
- 13 En las etiquetas de un número significativo de productos funcionales, la información que se ofrece no está controlada por la OCU.
- 14 Hay una base científicamente demostrada a la hora del *márqueting* de los productos funcionales.
- 15 En términos de la condición y naturaleza de los productos funcionales, la tecnología alimentaria ha alcanzado una uniformidad.

En cuanto a su clasificación, uso y significado en el texto,

- 16 el verbo “garantice” (l.5) está en modo indicativo.
- 17 la partícula “se”, en las expresiones “se habla” (l.9), “se establece” (l.9) y “se especifica” (l.10), le da un carácter impersonal al verbo.
- 18 las palabras “los” (l.13) y “unos” (l.22) son ambas artículos en el plural.
- 19 la expresión “con tanta alegría” (l.19-20) se refiere a **entusiasmo, júbilo y alborozo**.
- 20 la partícula subrayada en “van a aparecer” (l.29) es una preposición que pertenece al segundo verbo.

Nos itens de 11 a 20, a seguir, são avaliados conhecimentos em língua inglesa.

Text for items 11 to 20

**Food control systems:
integrated farm-to-table concept**

1 The objective of reduced risk can be achieved most
effectively by the principle of prevention throughout the
4 production, processing and marketing chain. To achieve
maximum consumer protection, it is essential that safety and
quality be built into food products from production through
7 to consumption. This calls for a comprehensive and
integrated farm-to-table approach in which the producer,
processor, transporter, vendor, and consumer all play a vital
role in ensuring food safety and quality.

10 It is impossible to provide adequate protection to
the consumer by merely sampling and analyzing the final
product. The introduction of preventive measures at all
13 stages of the food production and distribution chain, rather
than only inspection and rejection at the final stage, makes
better economic sense, because unsuitable products can be
16 identified earlier along the chain. The more economic and
effective strategy is to entrust food producers and operators
with primary responsibility for food safety and quality.
19 Government regulators are then responsible for auditing
performance of the food system through monitoring and
surveillance activities and for enforcing legal and regulatory
22 requirements.

Food hazards and quality loss may occur at a
variety of points in the food chain, and it is difficult and
25 expensive to test for their presence. A well-structured,
preventive approach that controls processes is the preferred
method for improving food safety and quality. Many but not
28 all potential food hazards can be controlled along the food
chain through the application of good practices *i.e.*
agricultural, manufacturing and hygienic.

Internet: <<http://www.fao.org>> (with adaptations).

According to the text above, judge the following items.

- 11 To improve food quality, it is really crucial that safety measures be implemented at the processing stage.
- 12 In the farm-to-table approach, products are sold directly by farmers to consumers.
- 13 Transporters and vendors won't play any significant role along the food production and distribution chain.
- 14 Primary responsibility for food safety and quality should rest with producers and operators.
- 15 Prevention eliminates all potential food hazards.

Judge the following items, related to the text above.

- 16 The sentence "it is essential that safety and quality be built into food products" (l.4-5) follows the same structure as **it's vital that he go straight to the house**.
- 17 "their presence" (l.25) refers to food hazards and quality loss.

In the text above,

- 18 "achieve" (l.3) is to **accomplish** as "hazards" (l.23) is to **security**.
- 19 "calls for" (l.6) means **requires**.
- 20 "rather than" (l.13-14) could be correctly replaced by **instead of** with no change in meaning.

Acerca da Lei n.º 8.080/1990 — Lei Orgânica da Saúde —, julgue os itens a seguir.

- 21 A utilização da epidemiologia para estabelecer prioridades, alocar recursos e orientar ações e serviços públicos de saúde e serviços privados contratados ou conveniados que integram o Sistema Único de Saúde (SUS) é uma regra que poderá ser colocada de lado com o objetivo de preservar a autonomia das pessoas na defesa de sua integridade física e moral.
- 22 O dever do Estado de garantir a saúde consiste na formulação e na execução de políticas econômicas e sociais que objetivem a redução de riscos de doenças e de outros agravos. Consiste também no estabelecimento de condições que assegurem acesso universal e igualitário às ações e aos serviços para a sua promoção, proteção e recuperação, não excluindo desse campo os deveres das pessoas, das famílias, das empresas e da sociedade.
- 23 Os fatores determinantes e condicionantes da saúde incluem a alimentação, a moradia, o saneamento básico, o meio ambiente, o trabalho, a renda, a educação, o transporte, o lazer e o acesso aos bens e serviços essenciais.
- 24 A vigilância sanitária deve ser entendida como um conjunto de ações capaz de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde, abrangendo o controle de bens de consumo que, direta ou indiretamente, se relacionem com a saúde, compreendidas todas as etapas e processos, da produção ao consumo, e o controle da prestação de serviços que se relacionem direta ou indiretamente com a saúde.

A respeito da Lei n.º 8.142/1990, que dispõe sobre a participação da comunidade na gestão do SUS, julgue os itens seguintes.

- 25 A Conferência de Saúde, em caráter permanente e deliberativo, é órgão colegiado composto por representantes do governo, prestadores de serviço, profissionais de saúde e usuários. Esse órgão atua na formulação de estratégias e no controle da execução da política de saúde na instância correspondente, inclusive nos aspectos econômicos e financeiros, cujas decisões serão homologadas pelo chefe do poder legalmente constituído em cada esfera do governo.
- 26 Os municípios, os estados e o Distrito Federal (DF), para receberem os recursos do Fundo Nacional de Saúde alocados como cobertura das ações e serviços de saúde, deverão constituir fundo de saúde, conselho de saúde e plano de saúde, fornecer relatórios de gestão, incluir contrapartida de recursos para a saúde no respectivo orçamento e constituir comissão de elaboração do plano de carreira, cargos e salários com previsão de dois anos para a sua implantação.

Julgue os itens que se seguem.

- 27 O SUS é constituído pelo conjunto de ações e serviços de saúde prestados por órgãos e instituições públicas federais, estaduais e municipais da administração direta e indireta e das fundações mantidas pelo poder público, além das instituições públicas federais, estaduais e municipais de controle de qualidade, pesquisa e produção de insumos, medicamentos, inclusive de sangue e hemoderivados, e de equipamentos para saúde. A iniciativa privada poderá participar do SUS em caráter complementar.
- 28 A identificação e a divulgação dos fatores condicionantes e determinantes da saúde, previstos na Lei n.º 8.080/1990, não são objetivos nem competência do SUS.
- 29 As ações e os serviços de saúde executados pelo SUS são, conforme determina a Lei n.º 8.080/1990, organizados de forma global e hierarquizada em níveis de complexidade crescente.
- 30 Os recursos para a cobertura das ações de saúde a serem implementados pelos municípios, pelos estados e pelo DF são, de acordo com a Lei n.º 8.142/1990, repassados de forma regular e automática na razão de 35% aos municípios, cabendo o restante aos estados e ao DF.

No que se refere ao regimento interno da ANVISA, julgue o item abaixo.

- 31 O início, no Brasil, do que hoje se entende por vigilância sanitária foi marcado pelo advento, no século XVIII, da polícia sanitária, que detinha a competência para exercer o saneamento da cidade e fiscalizar cemitérios e o comércio de alimentos.

A respeito da Lei n.º 9.782/1999, que instituiu o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), julgue os seguintes itens.

- 32 No âmbito desse sistema, a vigilância sanitária de portos, aeroportos e fronteiras é de competência exclusiva dos estados, do DF e dos municípios.
- 33 Cabe à União estimular a cooperação técnica e financeira entre os estados, o DF e os municípios, por intermédio do Ministério da Saúde, da ANVISA e dos demais órgãos e entidades do Poder Executivo federal cujas áreas se relacionem com o sistema.

- 34 O SNVS é executado por instituições da administração pública direta e indireta da União, dos estados, do DF e dos municípios que exerçam atividades de regulação, normatização, controle e fiscalização na área de vigilância sanitária.
- 35 Embora a ANVISA seja uma autarquia sob regime especial vinculada ao Ministério da Saúde, ela não possui independência administrativa e financeira, mas confere estabilidade aos seus dirigentes.
- 36 Para os dirigentes da ANVISA, não há restrição para a prática de atividades profissionais que decorram de vínculos contratuais mantidos com entidades públicas destinadas ao ensino e à pesquisa, inclusive com as de direito privado a elas vinculadas.

No que se refere ao regimento interno da ANVISA, julgue os itens subsequentes.

- 37 Incumbe à ANVISA regulamentar, controlar e fiscalizar os produtos e serviços que envolvam riscos à saúde pública, de forma autônoma e independente da legislação em vigor.
- 38 Poderá ser precedido de audiência pública qualquer processo decisório que implicar a efetiva afetação de direitos sociais do setor de saúde ou dos consumidores, decorrente de ato administrativo da ANVISA ou de anteprojetos de lei propostos por ela.
- 39 Para monitorar a evolução dos preços de medicamentos, equipamentos, componentes, insumos e serviços de saúde, a ANVISA poderá requisitar informações relativas a produção, insumos, matérias-primas, vendas e quaisquer outros dados em poder de pessoas, de direito público ou privado, que se dediquem às atividades de produção, distribuição e comercialização desses bens e serviços.
- 40 A ANVISA não poderá dispensar de registro os produtos imunobiológicos, inseticidas, medicamentos e outros insumos estratégicos, ainda que adquiridos por intermédio de organismos multilaterais internacionais para uso em programas de saúde pública pelo Ministério da Saúde e suas entidades vinculadas.

Suponha que, de uma grande população, n pessoas serão selecionadas ao acaso. Da amostra, contar-se-á o número k de pessoas ($k < n$) que possuem uma determinada doença. De acordo com estudos médicos anteriores, acredita-se que 10% dos indivíduos dessa população têm essa doença. Considere X a variável aleatória que representa o número de pessoas observadas na amostra que possuem a doença.

A partir do texto acima, julgue os itens a seguir.

- 41 Se, de fato, 10% dos indivíduos dessa população têm a doença, então a média de X é igual a $0,1n$.
- 42 Se, de fato, 10% dos indivíduos dessa população têm a doença, então, em uma amostra de 5 pessoas, a probabilidade de que pelo menos uma pessoa tenha a doença é inferior a 0,45.

A partir dos anos 80 do século passado, com a quebra dos principais paradigmas pertinentes à gestão pública, temas que anteriormente eram discutidos e aplicados apenas no contexto das organizações privadas passaram a fazer parte do vocabulário da administração pública, dando início à gestão pública moderna. Quanto à gestão pública moderna e à estrutura da administração pública brasileira, julgue os itens a seguir.

- 43 O Estado brasileiro não pode ficar indiferente à evolução dos usuários que desejam, além de serviços mais corteses e soluções gerais válidas para todos, serviços adaptados aos seus problemas.
- 44 Os governos tradicionalmente burocráticos preocupam-se muito mais com a captação de recursos do que com o resultado eficaz dos programas e ações desenvolvidos.
- 45 O Estado regulador brasileiro, em âmbito federal, vem utilizando predominantemente a regulação do tipo setorial, limitando-se a determinados segmentos de atividades afins. O ideal em relação à implementação de uma agência reguladora ocorre quando a eficiência da atividade regulada se alinha com o interesse dos usuários e com um modelo regulatório centralizador.
- 46 A administração federal direta compreende os órgãos de assessoramento imediato ao presidente da República, as autarquias e as fundações públicas de direito público.
- 47 A gestão pública moderna e coerente, à semelhança do setor privado, deve fazer uso de planos de carreira individuais previsíveis, cujo potencial de cada servidor seja avaliado todos os anos pelos seus superiores por meio de procedimentos claros e conhecidos por todos.
- 48 Os gestores do setor público enfrentam um duplo desafio: o de fazer que os valores da gestão da qualidade total sejam aceitos e o de monitorar o seu uso adequado. Cumpridos esses desafios, o programa de qualidade total terá evoluído de um conjunto de atividades e metas a serem cumpridas para uma filosofia gerencial. Assim, as mudanças dos atores da administração governamental tendem a não impactar negativamente na gestão da qualidade total.

Julgue os itens seguintes, relativos à administração pública e à regulamentação.

- 49 Na falta de informação referente aos resultados das atividades da administração pública, uma das formas encontradas atualmente pelos governos ditos empreendedores para recompensar seus funcionários é premiá-los com base nos seguintes critérios: tempo de serviço, volume de recursos e de pessoal que administram, além da própria hierarquia da administração pública.
- 50 A organização de gestão empreendedora em que o processo de descentralização destaca a importância da existência de líderes dispostos a investirem em seus funcionários é uma organização orientada para o poder de competência — aquele que emana do saber — e para o desempenho de papéis específicos.

RASCUNHO

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

O que diferencia o repórter de televisão? Ele deve ter a mesma formação de qualquer outro repórter, mas o telejornalismo tem algumas particularidades. Um bom repórter de jornal, por exemplo, não terá necessariamente o mesmo desempenho na tevê. Na televisão, uma coisa chamada imagem tem absoluta primazia. Sem imagem, a televisão não passa de um rádio disfarçado. Repórteres de veículos impressos precisam, para trabalhar na tevê, ter consciência de que imagem é informação.

Luis Carlos Bittencourt. **Manual de telejornalismo**. Internet: <<http://www.telejornalismo.com/manual.htm#top>> (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência, julgue os itens a seguir.

- 51 Na televisão, a necessidade de síntese é muito maior e o processo é mais seletivo. Além disso, o resultado do trabalho não depende apenas do repórter, mas de toda uma equipe.
- 52 Os movimentos de câmera em telejornalismo são muito diferentes dos de cinema.
- 53 A imagem em telejornalismo não precisa, necessariamente, ser bonita, pois o importante é a informação que transmite.
- 54 No telejornalismo noticioso, o repórter passa a ser um protagonista do acontecimento, e o *cameraman*, os olhos do telespectador. Há um jogo de interação discursiva que envolve, sobretudo, o aspecto emocional da situação.

As múltiplas potencialidades do vídeo como instrumento de comunicação no universo das empresas já não são apenas uma previsão. Os profissionais de comunicação descobrem por necessidade, em situações tradicionalmente abordadas por outros meios, que o vídeo pode atingir seus objetivos ou solucionar problemas com mais eficiência do que os meios convencionais. Com uma linguagem versátil, ágil e contemporânea, ele empresta à empresa que o utiliza uma imagem de modernidade. Como as palavras-chave neste início de século dentro das empresas são participação, democracia, valorização de recursos humanos, o vídeo presta-se a uma gama imensa de utilizações, tanto em comunicação interna quanto externa.

Vídeo empresarial: uma nova linguagem de comunicação. Internet: <<http://www.sinprorp.org.br>>. Acesso em 30/9/2004 (com adaptações).

A partir do assunto abordado no texto acima, julgue os itens seguintes.

- 55 O vídeo empresarial utiliza as mesmas técnicas e a mesma linguagem do telejornalismo.
- 56 Em relação ao *release* em vídeo, sua eficiência como meio de comunicação não foi bem aceita pela mídia nem pelas assessorias de comunicação das organizações, tendo em vista o distanciamento que impõe entre os jornalistas e as fontes de informação das organizações.
- 57 Além de garantir um controle absoluto sobre a transmissão da mensagem — ao contrário de uma palestra ou apresentação com *slides*, por exemplo —, o vídeo tem um poder único de impacto, envolvimento e multiplicação.

A respeito de técnicas de produção em rádio e televisão, julgue o item abaixo.

- 58 A edição na televisão é uma tarefa complicada, pois são muitos os cortes que ocorrem no universo da videosfera. Entre as montagens possíveis de um programa de televisão, pode-se citar: a montagem interna do programa; a montagem em nível da macroestrutura da televisão, que faz coexistir o programa *stricto sensu* com os *breaks* comerciais e outras interrupções e, por fim, há uma montagem que o próprio espectador realiza, com sua unidade de controle remoto, passando de um programa para outro e de uma emissora para outra.

Não basta chegar à empresa com talento, técnica, bloco de notas, caneta e gravador para produzir mais uma reportagem em sua vida. Para fazer um bom jornal, é preciso um pouco mais. É preciso efetivamente se entranhar na cultura da organização, prestar atenção aos símbolos, sentir as pessoas, conhecer a estratégia, saber o porquê do que se pergunta, se responde e se escreve.

Claudia Lemos. **Publicações jornalísticas empresariais**. In: Jorge Duarte. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2002, p. 265 (com adaptações).

Tomando o texto acima como referência inicial, julgue os seguintes itens.

- 59 Os princípios de verdade, objetividade, transparência e difusão rápida de informações advindos do jornalismo clássico não devem ser utilizados da mesma forma pelas publicações empresariais, pois essas estão submetidas aos interesses corporativos.
- 60 Um bom planejamento de veículo empresarial deve estar baseado em três pontos: periodicidade, *design* e suporte financeiro da instituição.
- 61 As publicações internas — jornais, revistas, boletins — são os instrumentos mais apropriados para resolver problemas gerados pela burocratização, estabelecendo pontos informais entre os empregados.

Julgue os itens a seguir.

- 62 A sala de imprensa do sítio de uma organização é o local ideal para se manter um fórum permanente com a mídia.
- 63 As características de um texto para revista incluem texto curto, texto interpretativo e uso de lide descritivo.

Há no Brasil grande confusão sobre o *off*, seus conceitos e prática, inclusive entre os jornalistas. Para maior clareza sobre essa questão, é preciso ir à sua origem — o bom e velho jornalismo praticado no Reino Unido e, depois, nos Estados Unidos. Foi nesses dois países que o jornalismo profissional, tal como o conhecemos hoje, primeiro lançou seus fundamentos, entre o final do século XIX e o começo do século XX. E ainda hoje é na grande imprensa britânica e norte-americana que se pratica o jornalismo mais rigoroso e onde a ética jornalística está mais enraizada na forma de códigos, procedimentos e, quando necessário, punições. No Brasil, a expressão *off* (abreviatura de *off the record*) tem servido para abrigar, sob o mesmo conceito, pelo menos três situações diferentes nas quais não se cita a fonte da informação.

Ricardo A. Setti. **É preciso cuidado com o off.**
In: **Exame**, 12/3/2003 (com adaptações).

Em relação ao tema apresentado no texto acima, julgue os itens a seguir.

- 64 A situação mais comum para abrigar o conceito de *off* é denominada por norte-americanos e britânicos de *not for attribution*, ou seja, as informações, inclusive citações entre aspas, podem ser publicadas, mas a fonte que as transmitiu não deve ser mencionada pelo nome.
- 65 O segundo conceito de *off* é o de *deep background*, em que se admite o uso do sentido geral das declarações, mas não se pode nem publicar declarações entre aspas nem identificar a fonte.
- 66 O texto jornalístico é construído com um conteúdo e uma forma capazes de apresentar um baixo nível de entropia.
- 67 No âmbito da segmentação do mercado está o conceito de que os telespectadores/consumidores são, ao mesmo tempo, complexos e diferenciados demais para serem tratados como massa única, mas homogêneos o suficiente para serem classificados em pequenos grupos.

O *clipping* é fundamental. Ele é a matéria-prima para o trabalho de auditoria a ser feito *a posteriori*, que, se bem conduzido, poderá sinalizar para oportunidades de divulgação, diagnosticar personalidades e estilos de veículos e editores e, sobretudo, permitir que as empresas ou entidades refinem seu trabalho de relacionamento com a mídia.

Wilson Bueno. **Medindo o retorno do trabalho de assessoria de imprensa.** In: Jorge Duarte. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia.** São Paulo: Atlas, 2002 (com adaptações).

A partir do texto acima, julgue os itens subsequentes.

- 68 A clipagem assume características específicas em função dos veículos. Nos veículos impressos, é fundamental captar as chamadas de capa, caderno e até mesmo os destaques existentes nos sumários ou índices de publicação.
- 69 Há pelo menos duas maneiras básicas de avaliar o trabalho de divulgação de uma instituição: a análise tópica de um esforço de divulgação e a auditoria de imagem propriamente dita.
- 70 A auditoria de imagem faz um levantamento da identidade visual da organização junto aos seus públicos.

Julgue os itens a seguir, referentes à redação jornalística.

- 71 Os procedimentos para a produção de entrevistas via teleconferência são semelhantes aos do jornalismo impresso. Esses procedimentos incluem cuidados com o texto e com a precisão das informações, apuração detalhada dos fatos e *timing* preciso.
- 72 Nota oficial é um documento distribuído à imprensa em situações de crise, marcando o posicionamento da empresa a respeito de um assunto divulgado pela mídia. Por ser considerada como direito de resposta, sua publicação gratuita é assegurada no mesmo veículo em que foi publicada a matéria que está sendo contestada.

A página inicial é um elemento de grande importância na estrutura de um sítio. Assim como os comerciais na TV e os anúncios em revista e jornal brigam para chamar a atenção do leitor, ela tem a tarefa de atrair, de imediato, o interesse do internauta. Uma pesquisa da Universidade de Minnesota revela que, se um sítio não capturar a atenção do visitante em oito segundos, ele foge e dificilmente terá outra oportunidade para voltar. Na Internet, portanto, o tempo é muito valioso para ser desperdiçado. Como a velocidade de conexão é um dos maiores problemas do ramo brasileiro da rede, é altamente aconselhável que a página principal não submeta o internauta a minutos torturantes de espera para ser baixada no *browser*.

J. B. Pinho. **Relações públicas na Internet.** São Paulo: Summus, 2002, p. 102 (com adaptações).

A respeito do assunto abordado nesse texto, julgue os itens a seguir.

- 73 É necessário que as páginas de um sítio sejam de leitura rápida e induzam o usuário a passar rapidamente para outra página, para que a noção de navegação não seja esquecida e o usuário perca o interesse no conteúdo do sítio.
- 74 Em um sítio, cada página deve ser entendida como um ponto de partida para a subsequente e tratada nessa perspectiva.
- 75 O sítio não pode ser considerado como um canal de *marketing* da empresa.
- 76 O uso intensivo de tecnologia de ponta nos sítios pode criar um indesejável efeito colateral: a restrição ou limitação da audiência do sítio.
- 77 O quadro abaixo mostra o tempo de resposta dos computadores e a reação de seus operadores considerada ideal pelos especialistas.

tempo de espera (em segundos)	reação
0,1	Máquina e cérebro no mesmo compasso. Sensação de reação instantânea.
1	Limite para que usuário desvie seu fluxo de atenção mesmo que note o lapso.
2 a 3	Aconselha-se mostrar ao usuário que ele deve esperar.
5	Recomenda-se mostrar barra de progresso, apontando quanto falta para a conclusão.
10	Limite para manter a atenção localizada. O usuário vai querer realizar outras tarefas.

Com relação às técnicas de produção em comunicação e aos gêneros de redação jornalística, julgue os itens a seguir.

- 78 A comunicação dirigida tem a finalidade de transmitir, conduzir e, algumas vezes, recuperar informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com selecionado número de pessoas homogêneas e conhecidas.
- 79 Os encartes, avisos e informes de reuniões podem ser considerados como veículos de comunicação dirigida.
- 80 A respeito de comunicação interna, os boletins, folhetos, memorandos e comunicados em geral devem ser considerados os veículos mais adequados para estimular o fluxo de informação descendente de uma instituição.

Texto I

A ANVISA determinou a suspensão cautelar de comercialização e uso de todos os medicamentos contendo o princípio ativo rofecoxib, um inibidor seletivo da COX-2, com propriedades antiinflamatórias e analgésicas (Resolução n.º 1.576, de 30/9/2004).

Essa medida foi em consequência da retirada voluntária do mercado mundial de um medicamento que contém o referido princípio ativo. No Brasil, a empresa detentora do registro do medicamento, indicado para o tratamento de artrite e dores agudas, está tomando todas as providências para a retirada do produto do mercado farmacêutico nacional.

Texto II

A Merck anunciou nesta quinta-feira a retirada voluntária do mercado, em todo o mundo, do medicamento Vioxx, indicado para o tratamento da artrite e dor aguda. Estudos indicaram riscos de o paciente desenvolver problemas cardiovasculares após uso contínuo do medicamento.

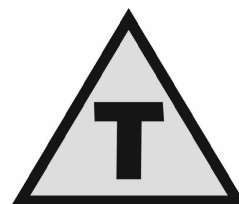
“Embora a causa destes resultados ainda seja incerta atualmente, eles indicam maior risco de eventos cardiovasculares confirmados a partir de 18 meses de terapia contínua. Embora reconheçamos que Vioxx beneficiou muitos pacientes, acreditamos que a retirada do medicamento do mercado é a decisão mais apropriada”, afirmou Peter Kim, presidente dos Laboratórios de Pesquisa Merck.

Considerando os textos I e II, julgue os itens seguintes.

- 81 Pelas características que os textos I e II apresentam, é possível classificá-los como textos típicos de nota oficial.
- 82 As características de redação do texto II levam a supor que ele é parte da nota oficial da empresa farmacêutica sobre o tema.

A respeito do direito do consumidor, julgue os itens subsequentes.

- 83 Vício é um termo técnico adotado pelo Código de Defesa do Consumidor que, genericamente, indica disparidades entre as condições do produto ou serviço informadas pelo fornecedor, no momento anterior à contratação, e do produto ou serviço que foi, efetivamente, prestado.
- 84 A figura abaixo representa o símbolo dos transgênicos proposto pelas entidades de defesa do consumidor que, atualmente, fazem uma campanha junto ao Ministério da Justiça para que ele seja reconhecido e se torne obrigatório nos produtos que utilizam transgênicos.



- 85 O Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos (CFDD) tem como objetivo a reparação dos danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, por infração à ordem econômica e a outros interesses difusos e coletivos.
- 86 Brasil, Uruguai e Bolívia assinaram recentemente um acordo interinstitucional de entendimento entre os órgãos de defesa do consumidor dos estados-membros do MERCOSUL com vistas à proteção e defesa do consumidor visitante.
- 87 O direito à segurança e o direito à educação para o consumo são considerados direitos fundamentais do consumidor.
- 88 A respeito das discussões sobre os planos de saúde no Brasil, IDEC, PROCON e ANS defendem posição conjunta, estabelecida em acordo entre essas e outras instituições de defesa do consumidor.

A estruturação da informação em uma seqüência apropriada é o mais problemático aspecto formal da objetividade para os jornalistas. Deve-se apresentar a informação mais importante sobre um acontecimento no primeiro parágrafo, e cada parágrafo sucessivo deve conter informações de importância cada vez menor.

A respeito do texto acima, julgue o item a seguir.

- 89 O texto descreve a estrutura clássica de construção de notícia denominada pirâmide invertida.

1 Tendo em mãos o melhor comercial ou anúncio, a
mensagem deve ser transmitida nos melhores veículos, nos
melhores espaços, nos melhores horários. Escolher o melhor
4 veículo e a melhor oportunidade de comunicação com o
consumidor é parte fundamental do processo publicitário.

Nem sempre os melhores horários em rádio ou
7 televisão são os de maior audiência; nem sempre as melhores
revistas ou jornais são os de maior circulação.

Rafael Sampaio. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 2.ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999, p. 118 (com adaptações).

Com base no texto acima, julgue os seguintes itens, relativos a planejamento de mídia.

90 O anúncio ou comercial deve ser veiculado sempre “nos melhores veículos, nos melhores espaços, nos melhores horários” (ℓ.2-3), o que implica uma maior verba para a veiculação.

91 O processo de “Escolher o melhor veículo e a melhor oportunidade de comunicação com o consumidor” (ℓ.3-5) é parte fundamental do planejamento de mídia.

92 Para que possam ser escolhidos “os melhores horários em rádio ou televisão” (ℓ.6-7) e “as melhores revistas ou jornais” (ℓ.7-8), três pontos devem ser ponderados: a adequação da mensagem ao veículo, a disponibilidade de verba e as características do *target*.

93 Ao afirmar que “Nem sempre os melhores horários em rádio ou televisão são os de maior audiência” (ℓ.6-7), o autor quer dizer que o público-alvo mais adequado a uma campanha nem sempre assiste ou ouve os programas mais populares.

94 A afirmação “nem sempre as melhores revistas ou jornais são as de maior circulação” (ℓ.7-8) pressupõe que o anunciante investiu em uma pesquisa própria para definir a assertividade dos meios de comunicação que serão utilizados na campanha de seu produto.

Uma das primeiras ações do planejamento de mídia é decidir se a concentração será em todos os usuários ou em uma categoria mais restrita com relação ao uso do produto. Tudo dependerá de quem o anunciante quer alcançar. Essa é uma decisão tanto de *marketing* quanto de mídia e de criação. O mais provável é que os profissionais de criação e o gerente de contas da agência façam as recomendações sobre os segmentos que acreditam que podem ser convencidos a comprar o produto. Às vezes, o objetivo é convencer os consumidores a mudar para nossa marca. Outras vezes, será o de convencer novas pessoas, não-consumidoras do produto, a experimentá-lo. Mas, uma vez que se tenha decidido pela categoria de compra (um planejador pode escolher uma combinação, como *heavy* e *medium users*, ou *medium* e *light users*), o alvo será encontrado pelo estudo dos dados sociais dos segmentos. O uso de indicadores numéricos ajudará o planejador a tomar a decisão final sobre o público-alvo.

Jack Zanville Sissors. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 2001, p. 204 (com adaptações).

Com base no texto acima, julgue os itens a seguir, referentes a planejamento de mídia.

95 O autor, ao falar sobre concentração, sugere que o planejador de mídia trabalhe com nichos de mercado, focando a estratégia em meios e veículos que permitam estabelecer canais de relacionamento com o público-alvo.

96 O planejamento de mídia deve focar explicitamente a migração de consumidores de uma marca para outra ou a captação de novos consumidores.

97 As descrições dos estilos de vida também podem ser usadas no lugar dos indicadores numéricos, ou em combinação com estes, para se chegar a uma definição do público-alvo.

No que se refere ao planejamento de mídia e a verba de *marketing*, julgue os itens a seguir.

98 A verba é um dos fatores que determina uma série de prioridades de *marketing*/mídia, inclusive decisões sobre quais as metas mais urgentes e quais as metas secundárias.

99 O montante de verba recomendado por um planejador de mídia não pode ser reduzido pelo cliente após este ter examinado os objetivos e a estratégia de *marketing*/mídia.

Criatividade em propaganda

- a) Você parte de uma tese ampla, razoável — quase invariavelmente apresentada em termos retóricos — para demonstrar com ela as virtudes específicas de um produto. Parte do geral para o particular.
- b) (...) em vez de apelar para o cérebro do consumidor, você vai apelar para o coração.
- c) Assim como você pode partir de uma tese genérica para beneficiar um produto em particular, também pode partir de uma particularidade do produto, por mínima que seja, para beneficiá-lo como um todo.
- d) As pessoas só compram o que conhecem. Melhor: as pessoas compram mais aquilo que chegam a conhecer mais e melhor. Pois vamos fazê-las conhecer mais e melhor.
- e) Não se acanhe de mostrar ao consumidor todas as infelicidades e vicissitudes que se abaterão sobre ele, caso não use o produto que você anuncia.
- f) Não pense nas pessoas como massa — ensina Claude Hopkins —, pense num indivíduo típico, homem ou mulher, que provavelmente irá querer aquilo que você vende. Pois há oportunidades em que você pode colocar adequadamente este homem típico numa posição tão crítica que ele se convencerá por si próprio.
- g) Em qualquer situação, pense em todas as aplicações possíveis para o produto que você está anunciando. Não o venda nu: venda-o embalado em sugestões, em idéias.
- h) Propaganda é uma forma de jornalismo — apenas jornalismo confessamente partidário — e a informação contida continua sendo a alma da propaganda. Nada, nada convence mais o consumidor do que fatos. (...) Sucede então às vezes que o poder dos fatos, da informação, é tão decisivo para a persuasão, tão esmagador, que a notícia é o anúncio.
- i) Gente famosa de novela, que você conhece tanto (...), agora aparece de repente para você, querendo convencer, numa página inteira de revista.
- j) Evidentemente, de um modo ou de outro, todo bom anúncio deve atrair a atenção, fisgar o leitor. Vezes há, contudo, em que toda sua força reside num título enigmático, paradoxal, absurdo, inexplicável por si só — que leva o leitor a procurar explicação dentro do texto.
- k) Fazer humor com sucesso, em qualquer circunstância (...), é lançar mão de valores simultaneamente pessoais e culturais. E lançá-los na hora certa, com absoluta adequação, como elemento de persuasão, funciona.
- l) As pessoas não se interessam apenas por sexo, lucro e outras vantagens materiais. Elas se interessam por qualquer coisa que seja interessante.

Roberto Menna Barreto. *Criatividade em propaganda*. 3.ª ed. São Paulo: Summus, 1982, p. 202-4 (com adaptações).

A partir do texto acima, julgue os itens seguintes, a respeito de gêneros da redação publicitária.

- 100 Partir de “uma tese ampla, razoável — quase invariavelmente apresentada em termos retóricos” (alínea a), apesar de ser uma estratégia para a redação publicitária, é uma opção ruim, pois generaliza o produto.

- 101 O apelo emocional, abordado na alínea b) e também chamado de humanização, é uma estratégia frágil, pois atinge somente pessoas emotivas.
- 102 “partir de uma particularidade do produto, por mínima que seja” (alínea c), acaba resultando em um texto que desvaloriza as vantagens do produto.
- 103 Fazer o consumidor viver o drama (como se infere da alínea f) é um gênero de redação publicitária extremamente difícil, mas, quando bem executado, é muito eficiente.
- 104 A “informação contida continua sendo a alma da propaganda” (alínea h), desde que trabalhada em benefício do produto que se está vendendo.
- 105 O gênero testemunhal é descrito, em sua essência, na alínea i.
- 106 Ao afirmar que “As pessoas não se interessam apenas por sexo, lucro e outras vantagens materiais” (alínea l), o autor sugere que esse tipo de apelo não seja utilizado no texto publicitário.

Construir *slogans* que atinjam com eficácia aquilo que se pretende, levando os consumidores a atitudes positivas em relação ao produto, serviço ou idéia anunciados, não é tarefa que requeira apenas o conhecimento técnico da feita de frases. O publicitário é alguém que inscreve em sua criação os signos de uma comunidade, de uma cultura, de uma identidade social.

Luis Carlos Iasbeck. *A arte dos slogans*. São Paulo: Anablume, 2002, p. 124 (com adaptações).

Tendo o texto acima como referência, julgue os itens subsequentes.

- 107 O discurso publicitário é um espaço privilegiado por meio do qual grupos sociais se anunciam.
- 108 O que está em jogo no texto publicitário é menos o produto anunciado que a organização de uma cultura em torno de valores que lhe são caros.
- 109 O sentido de um texto é o simples resultado de articulações de linguagem.



Com relação à imagem reproduzida acima, julgue o item que se segue.

110 Da marca BRASIL, criada pelo governo Lula, apresentada acima, pode-se inferir que ela representa a força e a união dos brasileiros em torno de um ideal comum de democracia e de liberdade com responsabilidade.

O trabalho de uma assessoria de imprensa atual vai além da venda da imagem da organização na mídia. Acerca dessa perspectiva estratégica, julgue os itens a seguir.

111 A assessoria de imprensa é uma forma objetiva de inserção das organizações na esfera pública, desde que seu trabalho não se limite à prestação de informações institucionais.

112 As atividades rotineiras de uma assessoria de imprensa incluem o acompanhamento de entrevistas, a organização de arquivo de material jornalístico, o atendimento à imprensa, a redação de *releases* e de *press-kit*.

113 Quando uma organização é anunciante de um jornal, é praxe que seu assessor de imprensa solicite ao editor do jornal o exame da notícia antes de sua publicação.

114 O *clipping*, que mede a centimetragem do trabalho da assessoria de imprensa (cm² ou cm × col), é a melhor forma de avaliação do trabalho da assessoria e de sua capacidade de inserção estratégica da organização na mídia.

As ações de relações públicas nas organizações podem assegurar grau maior de efetividade se estiverem atreladas a um processo de planejamento capaz de antever as situações. A respeito desse assunto, julgue os itens subsequentes.

115 O planejamento pode ser estratégico, tático ou operacional, dependendo do seu nível de inserção. Esses três tipos de planejamento se complementam e são interdependentes nas organizações.

116 O plano estratégico de comunicação é o documento resultante do processo de planejamento estratégico, ou seja, esse plano é um instrumento do planejamento.

117 Ao contrário do que ocorreu na década passada, os planos estratégicos de comunicação de uma empresa atualmente devem privilegiar a análise interna em detrimento da externa, pois, se a empresa não estiver organizada internamente, nenhuma ação de comunicação será exitosa.

118 São etapas da gestão estratégica da comunicação a divulgação do plano de comunicação, a coordenação de sua implementação, o controle das ações e a avaliação dos resultados.

Entre as ferramentas de comunicação disponíveis para os profissionais de relações públicas, o evento é uma das mais utilizadas. A respeito da organização de eventos, julgue os seguintes itens.

119 Um evento pode ser corretamente descrito como um acontecimento cujo objetivo é atrair a atenção do público, podendo ser criado de forma artificial, ser provocado indiretamente ou ocorrer de maneira espontânea.

120 Além da organização, que implica o planejamento operacional de aspectos como local, data, público-alvo, entre outros, o sucesso do evento envolve também a produção de material informativo e promocional e sua correta divulgação.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova — que vale **dez pontos** —, faça o que se pede, usando a página correspondente do presente caderno para rascunho. Em seguida, transcreva o texto para a respectiva folha de **TEXTO DEFINITIVO**, nos locais apropriados, pois **não serão avaliados fragmentos de texto escritos em locais indevidos**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de **trinta** linhas será desconsiderado.

ATENÇÃO! Na folha de **texto definitivo**, identifique-se apenas no cabeçalho, pois **não será avaliado** texto que tenha qualquer assinatura ou marca identificadora fora do local apropriado.

Resíduos sólidos de saúde

Atualmente, os resíduos sólidos de saúde constituem sérios problemas para os administradores hospitalares, devido à falta de informações e à carência de trabalhos de conscientização mais eficazes nas unidades de saúde. O despreparo e o desconhecimento têm gerado especulações errôneas e fantasiosas entre funcionários, pacientes e comunidades vizinhas às instalações hospitalares e aos aterros sanitários. Sem dúvida, não só os resíduos hospitalares mas também os de outras unidades de saúde, como clínicas odontológicas e de análises bioquímicas e veterinárias, apresentam potenciais riscos à saúde e ao meio ambiente, devido à presença de material biológico, químico, radioativo e perfurocortante.

A aplicação de procedimentos corretos de biossegurança em todas as unidades de saúde, incluindo o manejo e o tratamento adequado dos resíduos, previne infecções cruzadas, proporciona conforto e segurança à clientela e à equipe de trabalho e mantém o ambiente limpo e agradável.

Considerando que as idéias do texto acima têm caráter unicamente motivador, redija um texto dissertativo, posicionando-se acerca do seguinte tema.

IMPORTÂNCIA DA ATUAÇÃO DOS ÓRGÃOS DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA NA FISCALIZAÇÃO E NA MANUTENÇÃO DA QUALIDADE DO MEIO AMBIENTE.

RASCUNHO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	