



FIOCRUZ

Concurso Público Fiocruz 2023

Tecnologista em Saúde Pública

Prova Objetiva e Discursiva

TE58 - Jornalista Web



Prova Objetiva

01. O profissional de comunicação é muitas vezes integrante ou responsável pelo desenvolvimento de projetos de comunicação que envolvem outros profissionais. No que diz respeito à utilização de metodologias ágeis na gestão e planejamento, avalie as definições abaixo.

Definição 1: Modelo de gestão e planejamento de projetos de forma ágil e prática, que permite que os membros da equipe trabalhem simultaneamente em pequenos pacotes de trabalho, com contínuos *feedbacks* levando a uma gestão mais eficiente de projetos complexos.

Definição 2: Período curto e fixo em que uma equipe ágil trabalha para concluir uma quantidade definida de trabalho.

Definição 3: Lista organizada de tarefas nas quais as equipes precisam trabalhar dentro do escopo de uma estratégia de gerenciamento de projetos, que serve para organizar e direcionar os esforços de seus integrantes.

Definição 4: Sistema visual de organização e gestão de tarefas, geralmente utilizando cartões que simbolizam atividades, os quais devem ser deslocados por colunas para indicar seu *status* dentro de um fluxo de trabalho, e um quadro geral que permite visualizar de forma ágil o trabalho em andamento.

A opção em que se faz a correlação adequada entre as definições apresentadas acima e os termos às quais se referem é:

- (A) Scrum; Sprint; Back-end; Kanban.
- (B) Sprint; Scrum; Backlog; Full Stack.
- (C) Full Stack; Block Chain; Kanban; Gantt.
- (D) Scrum; Sprint; Backlog; Kanban.
- (E) Sprint; Scrum; Block Chain; Gantt.

02. No desenvolvimento de um projeto de comunicação, a escolha da metodologia que será aplicada pode ser fundamental para a obtenção dos resultados esperados. Das opções abaixo, a correta relacionada ao tema é:

(A) A fase inicial de planejamento de um projeto é fundamental para reduzir custos e riscos, pois é nela que se definem os detalhes dos padrões estéticos que serão seguidos, todas as tarefas a serem executadas e as penalidades para cada atraso de cronograma.

(B) A tática de desenvolver um MPV (Mínimo Produto Viável) consiste em lançar no tempo mais curto a versão mais enxuta possível do produto, para que a partir do *feedback* recebido novas soluções e funcionalidades possam ser criadas, de forma incremental.

(C) O modelo de cascata ou método preditivo consiste em uma abordagem linear de planejamento, isto é, todo o fluxo de trabalho será organizado sequencialmente, com custos, escopo e cronograma variáveis e bastante flexíveis, conferindo agilidade na gestão.

(D) O teste de usabilidade é a ferramenta de pesquisa utilizada no início do desenvolvimento de projetos de comunicação digital para identificar os desejos e necessidades das pessoas não descritos em pesquisas tradicionais, tais como a entrevista e o questionário.

(E) Os métodos ágeis servem para gerenciar projetos de forma mais adaptável às mudanças, estruturando as atividades em ciclos curtos com entregas rápidas e frequentes, tendo como maior foco a documentação extensa dos processos, formalizados apenas no final do projeto em arquivos detalhados, densos e minuciosos.

03. Um CMS é um sistema de gestão de conteúdo que ajuda a criar, colaborar, publicar, atualizar e armazenar o conteúdo de um site ou portal web. São exemplos de CMS utilizados em sites de todo o tipo ao redor do mundo:

- (A) Wordpress, Drupal, Joomla, Plone.
- (B) PowerBI, Wordpress, Laravel, Zend.
- (C) PowerBI, Canvas, Drupal, Laravel.
- (D) Canvas, Plone, Python, Zend.
- (E) Python, PHP, Plone, Wordpress.

04. SEO (*Search Engine Optimization*) é o conjunto de estratégias de otimização para mecanismos de busca. O objetivo é alcançar bom posicionamento orgânico de páginas da web no Google e em outros buscadores, com conteúdo de qualidade e que entregue uma boa experiência para os usuários. Sobre SEO, considere as seguintes afirmativas:

- I. Apresentar um layout responsivo é importante para a indexação e classificação das páginas: além de caberem em diferentes tamanhos de tela, os elementos que as compõem devem oferecer a melhor usabilidade possível em cada uma.
- II. Motores de busca são sistemas de código aberto formados por uma série de algoritmos que têm a função de rastrear, indexar e ranquear os conteúdos da web para exibi-los de maneira ordenada nas pesquisas dos usuários.
- III. Grande parte da atratividade e do potencial de ranqueamento de um site está no seu aspecto visual: mesmo que isso torne o carregamento mais lento, é fundamental sempre investir ao máximo em elementos dinâmicos, animações e efeitos nas páginas, para diminuir a taxa de rejeição (*Bounce Rate*).
- IV. Quando se fala de SEO *On-page*, é preciso saber que os motores de busca conseguem entender as intenções das buscas e a linguagem humana, portanto o ideal é repetir o máximo de vezes possível a mesma palavra-chave escolhida ao longo do texto e nos títulos e subtítulos.

Das afirmativas acima, apenas:

- (A) II e IV estão corretas.
- (B) I e III estão corretas.
- (C) I e II estão corretas.
- (D) III e IV estão corretas.
- (E) I está correta.

05. Todo portal, site e aplicativo possui uma parte visual, com a qual os usuários podem interagir diretamente. A parte de um produto digital visível para os usuários pode ser chamada de:

- (A) Front-side.
- (B) Frontpage.
- (C) Homepage.
- (D) Front-end.
- (E) Sitemap.

06. Os recursos de Inteligência Artificial representam hoje uma grande fronteira de desenvolvimento tecnológico, com potencial para mudar radicalmente diversas atividades humanas, entre elas a comunicação. Uma das mais conhecidas ferramentas de IA disponíveis é o ChatGPT. Desenvolvida por um laboratório de pesquisas dos Estados Unidos, ela já vem sendo utilizada e testada para diversos fins na área da comunicação. Sobre o ChatGPT, considere as seguintes afirmações:

- I. O ChatGPT já é capaz de substituir plenamente a função do editor em veículos de comunicação de instituições públicas: a partir do perfil da publicação e dos temas de maior relevância em circulação na internet, ele é capaz de definir pautas de interesse público e da instituição, indicar os melhores entrevistados e fazer a revisão final dos textos produzidos pelos jornalistas.
- II. O ChatGPT pode auxiliar na preparação de uma entrevista: a partir de uma lista inicial de perguntas, de uma entrevista anterior ou mesmo de um artigo escrito pelo entrevistado, ele pode modelar novas questões.
- III. O ChatGPT pode ser utilizado para ajudar a simplificar assuntos complexos: o jornalista pode inserir um resumo ou parte de um artigo acadêmico na ferramenta e pedir para que ela tente simplificar o conteúdo e, dessa forma, ajude na compreensão do tema antes de entrevistar o autor do trabalho.
- IV. A confiabilidade dos resultados é um dos trunfos do ChatGPT: seu robusto banco de dados permite que a ferramenta ofereça respostas precisas sobre os mais variados temas, e seu algoritmo informa qualquer desconhecimento pontual nas raras vezes em que não possui respostas adequadas.

Das afirmativas acima, estão corretas apenas:

- (A) I e II.
- (B) I, II e IV.
- (C) II e III.
- (D) I e III.
- (E) III e IV.

07. Sobre a produção de vídeos para o Youtube e para as redes sociais, considere as seguintes afirmativas:

- I. Os *smartphones* mais recentes possuem uma capacidade de captação tão robusta que dispensam completamente a utilização de iluminação ou microfones externos em qualquer situação, barateando os custos de produção.
- II. Os efeitos visuais ajudam o fluxo narrativo: manter sempre o mesmo enquadramento e utilizar transições, efeitos visuais e sequências de filtros diversos tendem a chamar a atenção do espectador para o conteúdo do vídeo e gerar maior engajamento.
- III. A gramática de cada rede é diferente: portanto, um vídeo gravado para o YouTube pode precisar de nova edição para ser postado no Instagram, TikTok e X, possivelmente com cortes menores, edição mais dinâmica e outras alterações.
- IV. Para ampliar o alcance das produções, é importante investir na criação de *cards* e telas finais dos vídeos, na identidade visual do canal e nas *playlists*, além de ser assertivo nos títulos dos vídeos, aguçando a curiosidade do usuário, mesmo que o conteúdo não corresponda exatamente ao anunciado.

Das afirmativas acima, apenas:

- (A) IV está correta.
- (B) III está correta.
- (C) I está correta.
- (D) I, II e III estão corretas.
- (E) II e IV estão corretas.

08. Os podcasts têm experimentado uma popularidade crescente entre o público brasileiro e são uma importante ferramenta de comunicação contemporânea. Sobre a elaboração de podcasts pode-se afirmar que:

- (A) para produzir um podcast é necessário conhecimento técnico avançado e um investimento inicial bastante elevado na aquisição de equipamentos.
- (B) a criação de um *mailing list* completo para envio dos episódios, juntamente com releases e material de divulgação, é a melhor estratégia para o processo de disseminação de todo podcast.
- (C) a maioria dos podcasts é produzida sem a necessidade de um roteiro, a partir da interação livre entre os apresentadores e entrevistados.
- (D) os podcasts (ou web rádios, como também são chamados) se diferenciam dos programas de rádio tradicionais pelo canal de transmissão e pela forma livre e síncrona como podem ser consumidos.
- (E) uma vez que o ouvinte pode buscar um episódio antigo que contenha determinado assunto de seu interesse, vários podcasts procuram gerar conteúdo atemporal.

09. Sobre o cenário de produção e consumo de Podcasts no Brasil, das afirmativas abaixo, a única correta é:

- (A) há um claro predomínio de podcasts culturais e humorísticos, com pouquíssimo conteúdo jornalístico e com foco em discussões sobre entretenimento.
- (B) algumas produtoras atuam como *players* importantes nesse mercado em expansão no Brasil, sendo responsáveis pela produção de dezenas de podcasts de sucesso no país.
- (C) embora seja um formato em expansão, ainda é muito nichado e, por isso, as grandes empresas de comunicação não têm investido na produção de conteúdo próprio nesse formato.
- (D) jornalistas profissionais com pouco renome são os principais produtores de podcasts jornalísticos no país, e estes ainda estão muito restritos a sites de mídia alternativa na web.
- (E) a maioria dos mais importantes produtores de podcasts brasileiros rejeita a transmissão dos programas em vídeo, uma vez que o formato não costuma alcançar grande repercussão entre o público.

10. De maneira geral, sobre as tecnologias digitais e os seus impactos sobre a sociedade e sobre a comunicação das instituições de pesquisa e ensino, pode-se afirmar que:

- (A) as redes sociais não devem ser encaradas de forma substitutiva aos meios de comunicação tradicionais, mas podem ser priorizadas dentro de um plano estratégico de comunicação.
- (B) a presença da instituição na rede deve se dar preferencialmente de forma múltipla, diversificada e fragmentada, pois isso reflete sua heterogeneidade e complexidade.
- (C) os podcasts têm apresentado níveis crescentes de profissionalização e se desenvolvido como alternativa de comunicação, capaz de substituir outros produtos como releases e *house organs*.
- (D) as fontes utilizadas em matérias e releases devem ser sempre pesquisadores que possuam perfis populares nas redes sociais, para que eles possam atuar na promoção do conteúdo.
- (E) a principal vantagem para manter perfis institucionais ativos nas redes sociais é promover o intercâmbio de dados entre os funcionários e os públicos de interesse (*stakeholders*).

11. As plataformas de redes sociais fazem parte da vida de qualquer instituição. Um bom conhecimento das dinâmicas, recursos, possibilidades, limitações e especificidades dessas plataformas, bem como do ecossistema no qual estão inseridas, pode fazer a diferença na atuação de um profissional de comunicação. Sobre as dinâmicas e características dessas plataformas, é INCORRETO afirmar que:

- (A) nas plataformas de redes sociais os elementos estão em permanente estado de atividade e evolução, mas atuam entre si de forma a cristalizar a estrutura e evitar inovações que alterem as funcionalidades disponibilizadas aos usuários.
- (B) as APIs fechadas dessas plataformas, baseadas em algoritmos pouco conhecidos, favorecem a consolidação de bolhas e “câmaras de eco” sociais, que reforçam um maior contato com pontos de vista com os quais se concorda.
- (C) a partir das suas funcionalidades, as plataformas padronizam as atividades dos usuários, resultando em um processo de gramatização alinhado às suas lógicas comerciais de popularidade e de engajamento.
- (D) as redes sociais na Internet não são formadas de modo aleatório e nem por nós igualitários com interações de “um para um”: existem nós mais conectados e, quanto mais conexões um nó possui, maior a chance de adquirir mais conexões e relevância na rede.
- (E) “influenciadores digitais” são indivíduos que constroem comunidades em torno de si em plataformas digitais e que, embora possam apresentar conhecimentos específicos de alguma área, têm como um elemento central de suas práticas a disseminação de sua própria intimidade.

12. Dentre os impactos da transformação tecnológica nos modos de produção jornalística, pode-se afirmar que:

- (A) a produção e veiculação de conteúdos informativos ficou muito mais cara e dispendiosa, pois o que antes era feito com papel e tinta passou a necessitar de uma série de equipamentos como gravadores e câmeras.
- (B) os produtos jornalísticos de uma instituição pública não devem se utilizar em nenhuma hipótese de recursos relacionados ao campo do entretenimento, uma vez que essa é uma atividade de consumo e própria apenas das empresas privadas de mídia.
- (C) embora promova a aproximação com o público, a veiculação de conteúdo colaborativo, produzido pelos usuários, seja em veículo institucional ou comercial, não é aconselhável, uma vez que compromete a qualidade técnica do material jornalístico e a credibilidade do produto.
- (D) a Internet alterou as formas tradicionais de produção jornalística, principalmente no que diz respeito à convergência de múltiplas linguagens e à disponibilização de recursos de interatividade.
- (E) o jornalismo tradicional perdeu importância diante do avanço das novas mídias, levando o público a consumir informações apenas em canais alternativos e redes sociais, em detrimento dos canais de mídia tradicionais, que não conseguiram ocupar espaço relevante no meio digital.

13. O gerenciamento das redes sociais de uma instituição é parte importante da tarefa de muitos comunicadores. Para isso, é fundamental conhecer bem as plataformas, suas características e o cenário macro no qual estão inseridas. No que diz respeito às plataformas de redes sociais, é correto afirmar que:

- (A) apesar da perda de relevância do Facebook nos últimos anos no Brasil, a rede social ainda é a melhor alternativa para alcançar o público de forma orgânica, enquanto outras redes priorizam o conteúdo pago e impulsionado.
- (B) após mudar de nome, o Twitter, agora conhecido como X, deixou de ser uma das ferramentas digitais mais usadas por jornalistas para divulgação de notícias e para formulação de pautas, pela dificuldade de acesso a contas verificadas na nova plataforma.
- (C) para produzir *Reels*, formato de vídeos curtos do Instagram, é fundamental conhecer os recursos e ferramentas disponibilizados pela plataforma e também por app terceiros, além de ficar de olho nas trends mais populares da rede e fazer bom uso de *hashtags*.
- (D) por seu grande foco na criação e compartilhamento de vídeos muito curtos, de alto apelo comercial e de promoção pessoal, com pouca profundidade de conteúdos, o TikTok caracteriza-se como uma rede que não se presta a atividades de divulgação da ciência e tecnologia.
- (E) para ganhar relevância na rede e chegar a um público amplo rapidamente, em especial quando se trata de um perfil novo no Instagram, uma boa estratégia é a aquisição de pacotes de seguidores, pois o aumento dos números acaba induzindo o crescimento orgânico.

14. Sobre o trabalho de apuração e redação jornalísticas, é correto afirmar que:

- (A) ao receber numa conversa de corredor informações de uma pesquisa científica ainda não finalizada da instituição, que pode afetar as vidas de milhões de pessoas, o repórter deve publicar imediatamente nas redes sociais, para informar à sociedade, e depois realizar uma apuração mais detalhada dos estudos.
- (B) a pauta serve como orientação e guia para o jornalista, e ele não pode mudá-la, adaptá-la e nem derrubá-la, caso identifique a necessidade, antes de apresentar uma primeira versão do texto ao editor.
- (C) compreendendo que na web o espaço é ilimitado, o texto não precisa se restringir a nenhuma questão de tamanho, e as reportagens em vídeo também podem apresentar uma duração completamente livre.
- (D) as novas tecnologias facilitaram a apuração: para realizar uma reportagem de fôlego o repórter pode buscar documentos, realizar pesquisas sem sair da redação e reutilizar entrevistas antigas e vídeos na web, disponíveis online, sem a necessidade de procurar fontes.
- (E) um jornalista web pode desenvolver conteúdos em diversos formatos multimídia, do texto escrito ao audiovisual, e deve ser capaz de identificar possibilidades de complementar a reportagem com links e outros conteúdos disponíveis em fontes confiáveis na internet.

15. As páginas *web* são parte fundamental à presença das instituições na internet e ajudam a estabelecer relações com seus diversos públicos de interesse. Sobre a edição de páginas web institucionais, é correto afirmar que:

- (A) infográficos devem ser utilizados como conteúdos independentes, de forma a substituir longas reportagens jornalísticas, atraindo o leitor através do uso de cores vibrantes e uma grande quantidade de conteúdos e dados.
- (B) a arquitetura da informação, relacionada a portais de internet, refere-se à construção organizada das páginas principais e secundárias e deve refletir de forma clara o organograma da instituição, para facilitar a compreensão dos usuários.
- (C) para melhorar a experiência do usuário de um *website*, deve-se disponibilizar de imediato uma ampla quantidade de filtros e material de acervo, independente da hierarquia da página.
- (D) idealmente, todas as informações de um *website* devem ser acessadas em até três cliques, e o produto deve ter o mínimo de camadas possível, com o objetivo de tornar as informações e a navegação mais simples.
- (E) o editor deve atentar para que a página inicial do site sempre contenha atalhos e *banners* para todos os conteúdos da instituição e apresente uma mescla das notícias mais atuais e das mais importantes notícias antigas.

16. O editor de um veículo de comunicação institucional possui atribuições, papéis e responsabilidades muito importantes. Sobre a edição de páginas e notícias institucionais, é correto afirmar que:

- (A) o editor deve conhecer bem o funcionamento da instituição e o lugar que ela ocupa, em termos político e científico, para buscar priorizar conteúdos de maior interesse público, além do que for de maior interesse da instituição divulgar.
- (B) todas as informações levantadas pelo repórter devem constar do texto final ou, quando isso não for possível, é preciso disponibilizar os áudios e vídeos de todas as entrevistas realizadas para download.
- (C) prezando pela integridade e transparência jornalísticas, não é recomendável realizar edições em vídeos de entrevistas, nem mesmo para retirar pausas e possíveis repetições na fala de um entrevistado, já que o contexto é fundamental para a compreensão desse conteúdo.
- (D) o editor, ao identificar a falta de alguma informação numa reportagem, pode complementar o conteúdo a partir de pesquisa própria, sem a necessidade de consultar ou comunicar ao repórter, apenas adicionando seu nome como um dos autores do texto.
- (E) nos dias atuais, a melhor maneira para um editor definir se uma pauta é ou não de interesse público é consultar ferramentas que apontam as principais tendências e assuntos populares no momento, como o Google trends e os *Trending Topics* do X.

17. A Linguagem Simples é uma forma de comunicação objetiva, simples e inclusiva. Sobre a Linguagem Simples é correto afirmar que ela:

- (A) promove a forma coloquial de comunicação, adotando gírias e termos e abreviaturas comuns em conversações em redes sociais, para aproximar o leitor.
- (B) preconiza a utilização de palavras simples, conhecidas do leitor/interlocutor, e a adoção de estruturas de texto simples, com frases curtas.
- (C) defende a retirada de conteúdo do texto, mesmo que este seja importante, por conta de sua complexidade, para permitir a melhor compreensão da mensagem.
- (D) é focada no produtor da mensagem, de forma que ele consiga tornar o mais acessível possível as informações que estão sendo transmitidas.
- (E) prevê a elaboração dos textos considerando um leitor médio, uma vez que o seu grupo de leitores é diverso e possui diferentes necessidades especiais e diferentes níveis de escolaridade e de letramento.

18. A partir dos princípios e orientações de aplicação da Linguagem Simples em textos para a internet, como orientação correta, é possível afirmar que:

- (A) para realçar conceitos ou informações importantes que não devem passar despercebidas, utilize sublinhado ou coloque tudo em letra maiúscula, mas evite o uso de negrito ou itálico, que tornam o texto mais confuso.
- (B) prefira utilizar frases curtas e na ordem direta, organizadas em parágrafos longos, porém objetivos, de forma a manter a fluidez da leitura, evitando trocar de linha.
- (C) para prender a atenção do leitor no texto, não apresente logo todas as informações mais importantes, de forma que ele chegue interessado ao final da leitura.
- (D) evite ao máximo a repetição de palavras, procure sempre utilizar pronomes e sinônimos para substituir substantivos, dessa forma deixando o texto mais fluido.
- (E) para organizar melhor a leitura, orientar o leitor e chamar sua atenção para os tópicos do texto, procure usar títulos e subtítulos simples e objetivos.

19. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a pandemia de Covid-19 ocorreu conjuntamente com uma 'infodemia', termo utilizado para designar o excesso de informações, precisas ou não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis sobre a doença. Sobre a circulação de informações falsas, todas as afirmações a seguir estão corretas, EXCETO:

- (A) situações de grande interesse social, de ausência de conhecimento científico consolidado e de muita incerteza favorecem a disseminação de boatos e notícias falsas.
- (B) o fenômeno de desinformação ocorre num cenário de politização em que as instituições produtoras e promotoras de conhecimento passam a sofrer ataques que buscam deslegitimá-las e desacreditá-las.
- (C) a propagação de notícias falsas ou fantasiosas pode ocorrer como um viés de confirmação, que leva os indivíduos a buscarem informações que ratifiquem as suas próprias crenças políticas e ideológicas.
- (D) o estímulo à alfabetização sobre ciência e o incentivo a iniciativas de *fact-checking* têm assegurado o controle sobre a circulação de *fakenews* e mitigação de seus efeitos.
- (E) o desconhecimento da população sobre o processo de produção do conhecimento científico facilita a circulação de notícias falsas sobre ciência.

20. A lógica dos games pode ser adaptada para diferentes realidades e setores, desde educação, saúde, segurança, causas sociais, marketing e ambiente empresarial. No desenvolvimento de produtos de comunicação, a gamificação configura-se como uma possível estratégia que pode ser utilizada para gerar mais engajamento do usuário, por exemplo. Sobre a gamificação, é INCORRETO afirmar que:

- (A) mostrar sempre o progresso do usuário é fundamental para manter o engajamento: forneça o status do momento atual e quais os próximos passos e desafios para alcançar novos níveis.
- (B) definir claramente os objetivos pretendidos com a adoção da estratégia permite uma melhor análise de seus resultados e a realização de ajustes conforme necessário.
- (C) uma grande experiência prévia dos usuários com jogos, digitais e analógicos é essencial para despertar o interesse e promover o sucesso da estratégia, por isso ela não é passível de aplicação com todo tipo de público.
- (D) as mecânicas e dinâmicas a serem adotadas precisam fazer sentido para o seu produto, público e objetivos, o que pode incluir a criação de um ou mais elementos como rankings, pontos, medalhas, níveis de progressão, entre outros.
- (E) os desafios apresentados na estratégia devem estar alinhados aos objetivos do produto e proporcionar uma sensação de conquista, não sendo fáceis demais, a ponto tornar a experiência sem graça e nem difíceis demais, desestimulando a participação.

21. O caso Panama Papers é um dos episódios mais marcantes do jornalismo recente. Um consórcio formado por profissionais de diferentes países analisou 11,5 milhões de documentos de um escritório panamenho de advocacia. Com isso, expôs empresas *offshore* de centenas de milhares de pessoas. Para o trabalho de investigação em bases de dados com um volume tão grande de texto, é possível recorrer a recursos de:

- (A) processamento de linguagem natural.
- (B) raspagem cruzada.
- (C) mineração CSV.
- (D) checagem em duas etapas.
- (E) PyTesseract.

22. Alguns estudos vêm buscando construir modelos teóricos de comunicação pública da ciência. Sobre esses modelos, avalie os itens abaixo.

- I. São eles: Modelo de Déficit, Modelo Contextual, Modelo de Conhecimento Leigo e Modelo de Engajamento Público.
- II. O Modelo de Déficit prevê a transmissão linear de informações de especialistas para o público.
- III. O Modelo Contextual tem sido criticado por ser apenas uma versão mais sofisticada do Modelo de Déficit.

Dos itens acima:

- (A) todos estão corretos.
- (B) apenas II e III estão corretos.
- (C) apenas III está correto.
- (D) apenas I está correto.
- (E) apenas II está correto.

23. Sobre as Conferências Nacionais de Saúde, é FALSO afirmar que:

- (A) têm como objetivo avaliar e propor diretrizes para a formulação de políticas públicas nos níveis municipal, estadual e nacional.
- (B) atualmente estão previstas por lei e ocorrem a cada quatro anos.
- (C) envolvem diversos eventos preparatórios, como, por exemplo, as conferências municipais, estaduais e distrital.
- (D) a primeira delas foi realizada nos anos 1980, no ensejo da redemocratização.
- (E) a mais recente ocorreu em julho de 2023, com o tema “Garantir Direitos e Defender o SUS, a Vida e a Democracia - Amanhã vai ser outro dia”.

24. No âmbito da comunicação científica, pode-se afirmar que a divulgação de *preprints* para a imprensa:

- (A) nunca deve acontecer, uma vez que fere princípios éticos elementares.
- (B) só deve ocorrer no caso de emergências sanitárias, como a da Covid-19.
- (C) é uma atividade que demanda avaliação criteriosa, e na qual o divulgador científico precisa adotar cuidados como o de alertar que aqueles resultados são preliminares.
- (D) pode ocorrer após a avaliação por pares.
- (E) é uma ação recomendável apenas para o caso de uma sugestão de pauta do tipo “exclusiva”, pois oferece um tempo maior para a apuração dos repórteres, dando mais segurança à divulgação.

25. No Brasil, o controle da ética na pesquisa é atribuição da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep), que conta com um sistema de Comitês de Ética em Pesquisa, os chamados “CEP”. Sua principal atribuição é avaliar os aspectos éticos das pesquisas que envolvem seres humanos. Um dos documentos fundamentais a serem avaliados, nesse processo, é o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Sobre esse documento, é INCORRETO afirmar que:

- (A) deve abranger o detalhamento dos direitos, dos procedimentos, dos riscos e dos benefícios associados à escolha de uma pessoa em participar de determinada pesquisa.
- (B) só é exigido em pesquisas que envolvam coleta de material biológico.
- (C) a forma de registro escolhida pelo pesquisador, no TCLE, deve levar em consideração características individuais, sociais, linguísticas, econômicas e culturais do participante da pesquisa.
- (D) pesquisas que envolvem menores de 18 anos devem ter TCLE e também TALE, Termo de Assentimento Livre e Esclarecido.
- (E) pode ser elaborado em qualquer meio, formato ou mídia, adaptando-se às características dos participantes da pesquisa e das abordagens metodológicas aplicadas.

26. A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência tem como objetivo assegurar o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais das pessoas com deficiência. Levando em conta o direito à informação, é importante garantir que sites e produtos digitais atendam aos critérios de acessibilidade. Observe as recomendações a jornalistas abaixo, para que conteúdos digitais sejam acessíveis e respeitem direitos.

- I. Não se referir a pessoas com deficiência como portadoras de deficiência ou de necessidades especiais.
- II. Substituir as legendas das fotos pela sua descrição no atributo “alt”, do HTML.
- III. Evitar inserir links em expressões como “Clique aqui” ou “Saiba mais”, pois não descrevem seu conteúdo de destino.
- IV. Aderir ao uso de animações e aplicações Flash.

Das afirmativas acima:

- (A) apenas I está correta.
- (B) apenas I e II estão corretas.
- (C) apenas IV está correta.
- (D) apenas I e III estão corretas.
- (E) todas estão corretas.

27. Pode-se definir “saúde digital” como:

- (A) a oferta de serviços de telessaúde, seja no âmbito privado ou no SUS.
- (B) o uso de variadas tecnologias de informação e de comunicação para aumentar a qualidade e ampliar o acesso à atenção em saúde.
- (C) o conjunto de medidas que buscam reduzir a exposição às telas, limitando os impactos da tecnologia na saúde individual e coletiva.
- (D) um conceito criado por organizações que defendem estratégias coletivas para o combate às notícias falsas e à desinformação.
- (E) a conectividade e a automatização de processos em unidades de atendimento.

28. O elemento indicado pela seta, na imagem abaixo, integra uma página online. Ele é chamado de:



- (A) breadcrumbs ou migalhas de pão.
- (B) linha fina.
- (C) sutiã.
- (D) sobre título.
- (E) lista de links.

29. Uma das características da “geração cidadã de dados” é:

- (A) integrar o chamado jornalismo de precisão, ao permitir que os dados circulem de forma descentralizada.
- (B) possibilitar que qualquer internauta envie sugestões de informações para as bases de dados do governo.
- (C) estar descrita como um dos parâmetros da Lei de Acesso à Informação (LAI).
- (D) tratar-se de uma prática comum em alguns países, mas que ainda não chegou ao Brasil.
- (E) permitir que grupos minorizados passem a ser protagonistas no processo de geração de dados.

30. Histogramas têm sido um dos recursos usados para visualização de dados. Eles são diferentes de gráficos de barras porque:

- (A) ilustram como determinada amostra está distribuída.
- (B) são sempre horizontais.
- (C) usam linhas em vez de barras.
- (D) são uma variação do gráfico pizza.
- (E) fazem associação com coordenadas geográficas.

31. A revolução digital fez com que haja uma enorme quantidade de dados e informações em estado bruto - matéria-prima preciosa para a capacidade investigativa de jornalistas. Hoje existem inúmeros caminhos para buscar dados que rendam pautas e debates relevantes. Sobre alguns deles, avalie as afirmativas abaixo.

- I. Órgãos públicos devem ter em seus sites uma área de “acesso à informação”, iniciativa da chamada “transparência ativa”.
- II. Os diários oficiais — e agora os principais deles estão disponíveis na internet — prosseguem sendo fonte importante para jornalistas.
- III. Em pedidos de informação realizados via Lei de Acesso à Informação, é proibido exigir que o interessado informe os motivos de sua solicitação.
- IV. Um formato comum para dados abertos é o CSV, no caso de arquivos com planilhas já disponíveis para download.

Das afirmativas acima:

- (A) apenas a I e a II estão corretas.
- (B) apenas I, II e IV estão corretas.
- (C) apenas I, II e III estão corretas.
- (D) apenas II, III e IV estão corretas.
- (E) todas estão corretas.

32. Uma vez que já tem os dados em mãos, é importante que o jornalista de dados:

- I. Busque entender, ao menos minimamente, a origem, a captação, o recorte e as limitações desses dados.
- II. Faça uma cópia de segurança do documento original, antes de começar a limpeza de dados.
- III. “Raspe” os valores extremos.
- IV. Identifique a eventual falta de registros, e faça a checagem com a fonte.

Das afirmativas acima:

- (A) apenas a I e a II estão corretas.
- (B) apenas a I está correta.
- (C) apenas I, II e IV estão corretas.
- (D) apenas II, III e IV estão corretas.
- (E) todas estão corretas.

33. A equidade de gênero ainda é um grande desafio na ciência brasileira. Sobre esse tema, avalie as afirmativas abaixo:

- I. Apesar de terem aumentado substancialmente sua presença nas carreiras científicas, as pessoas do sexo feminino ainda enfrentam o chamado “efeito-tesoura”: o corte de proporção do gênero à medida em que a carreira acadêmica progride.
- II. Uma conquista recente é a lei que implantou licença-maternidade de quatro meses para bolsistas de pesquisa.
- III. A iniquidade de gênero entre cientistas tem efeitos diretos nas análises de ciência e saúde — por exemplo, torna negligenciados alguns temas relacionados à saúde das mulheres.

Das afirmativas acima:

- (A) apenas a I e a II estão corretas.
- (B) apenas I e III estão corretas.
- (C) apenas a III está correta.
- (D) apenas II e III estão corretas.
- (E) todas estão corretas.

34. O Programa Nacional de Imunizações (PNI) completou 50 anos em 2023. Sobre o PNI, é INCORRETO afirmar que:

- (A) o Calendário Nacional de Vacinação do Brasil contempla não só crianças, mas também adolescentes, adultos, idosos e gestantes.
- (B) o PNI é responsável por elaborar a política de vacinação do Brasil desde a aquisição dos imunobiológicos até a definição do público que será imunizado.
- (C) a maior parte das vacinas oferecidas pelo PNI é importada de outros países, mas espera-se que essa proporção mude na próxima década.
- (D) graças ao PNI, doenças que causavam milhares de vítimas no passado, como varíola e poliomielite, foram erradicadas ou controladas.
- (E) o programa enfrenta, hoje, um de seus grandes desafios, com a queda na cobertura vacinal e o conseqüente retorno de doenças como o sarampo.

35. Sobre o Sistema Único de Saúde (SUS), é INCORRETO afirmar que:

- (A) sua gestão ocorre de forma descentralizada.
- (B) é responsável pela maior rede de bancos de leite do mundo.
- (C) é baseado na hierarquização das ações e serviços de saúde por níveis de complexidade.
- (D) seu financiamento é bipartite, ou seja, os recursos são de fontes federais e estaduais.
- (E) prevê uma estrutura híbrida de gestão da saúde, baseada no funcionamento simultâneo de uma rede de atendimento pública e gratuita e outra privada, que atua de forma complementar.

36. A era digital vem impondo inúmeros desafios ao jornalismo profissional. Um desses desafios NÃO é:

- (A) a perda de exclusividade na produção e distribuição de notícias.
- (B) o populismo digital.
- (C) a crise de credibilidade.
- (D) a passagem da primeira para a segunda geração do webjornalismo, que gerou uma relação conflituosa com os modos de apuração tradicionais.
- (E) a necessidade de buscar novas métricas para medir o seu impacto, enfrentando a chamada “cultura do clique”.

37. “A comunicação é um bem público e uma das determinações sociais da saúde.” A frase abre o texto da Política de Comunicação da Fiocruz. O mesmo documento afirma que “o direito à comunicação é elemento indispensável para a realização plena do direito à saúde de cidadãos e cidadãs”, e que a comunicação é área finalística da Fiocruz, transversal a todas as suas áreas de atuação e estruturante de sua missão. Levando em conta esse tipo de visão sobre comunicação pública, pode-se afirmar que:

- (A) comunicação pública e comunicação governamental são sinônimos.
- (B) a comunicação pública deve assumir seu papel instrumental de suporte a todas as atividades relacionadas ao processo científico.
- (C) estratégias de comunicação bem definidas por profissionais da área, que emitam mensagens eficazes à população, ou seja, aos receptores, são o cerne da comunicação pública.
- (D) a comunicação pública deve incentivar a participação ativa das populações na formulação e na implantação das políticas públicas.
- (E) as estratégias e linguagem dos produtos de comunicação pública são criadas tendo em vista um único público-alvo: a população brasileira como um todo.

38. Uma comunicação comprometida com os princípios do SUS precisa ser, também, uma comunicação antirracista. Dentre as atitudes importantes para o enfrentamento ao racismo na produção jornalística no campo da saúde e da divulgação científica, NÃO se pode listar:

- (A) evitar associar questões de saúde pública a recortes raciais.
- (B) levar em conta a interseccionalidade ao selecionar, produzir e apurar pautas.
- (C) buscar fontes racializadas.
- (D) buscar que as equipes tenham, elas próprias, diversidade, e não apenas de raça.
- (E) evitar expressões como “tribo”, “escravo” e “doméstica”.

39. Um dos desafios de divulgar temas científicos é explicar, em linguagem simples, os conceitos complexos por trás de nomenclaturas nem sempre amigáveis para o público não especializado. Esse desafio se torna ainda maior nos textos para a web, pois sabemos que a leitura de conteúdo on-line apresenta padrões diferentes dos da leitura impressa. Para evitar que as descrições de alguns termos científicos comprometam a objetividade do conteúdo online, uma opção pode ser:

- (A) usar a técnica de “double diamond”.
- (B) criar uma política editorial que elimine qualquer divulgação científica que não possa ser compreendida pela população em geral.
- (C) excluir falas (“aspas”) dos cientistas.
- (D) destacar em cores os trechos mais técnicos.
- (E) usar “tooltips” associadas aos termos técnicos.

40. Uma etapa fundamental para a criação de sites mais amigáveis e acessíveis é a chamada “pesquisa UX”, ou seja, pesquisa de experiência do usuário. Uma das técnicas usadas nessa investigação é o “card sorting”, sobre o qual se pode afirmar que:

- (A) ocorre como parte da dinâmica de benchmarking.
- (B) busca entender o modelo mental com que usuários agrupam e buscam conteúdos e funcionalidades.
- (C) tem a limitação de só poder ser feito presencialmente.
- (D) é uma fase importante para guiar os passos seguintes à definição da arquitetura de informação.
- (E) usa cartões com figuras que representam reações humanas.

Prova Discursiva

QUESTÃO

Uma equipe de cientistas especializados na análise de dados está investigando como as queimadas, em diferentes regiões do Brasil, têm provocado impactos na saúde da população. Para isso, está se fazendo o cruzamento de diferentes bases de dados. Por exemplo: informações sobre atendimento em saúde e internações por problemas respiratórios, dados de séries históricas sobre a incidência de doenças possivelmente relacionadas às queimadas, monitoramento por satélites da cobertura vegetal e da dimensão dos incêndios. Você foi designado para atuar, junto a uma equipe de outros profissionais web, na proposição de um plano estratégico para mídias digitais que envolva a produção de um hotsite e o desenvolvimento de outras iniciativas e/ou produtos de comunicação e divulgação científica. Isso com o objetivo não apenas de divulgar os resultados da pesquisa, mas também de engajar diferentes públicos na compreensão e na reflexão sobre o problema.

Redija um texto, com o mínimo de 50 e o máximo de 150 linhas, com ações e propostas para sugerir à equipe, abordando desde o planejamento das ações e definição de públicos de interesse até detalhes sobre as próprias iniciativas. Lembre-se de que você atua com comunicação pública e de que tem à disposição o apoio de profissionais como designers e desenvolvedores.

RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO

RASCUNHO

INSTRUÇÕES

1. Por motivo de segurança, a Fiocruz solicita que o candidato transcreva em letra cursiva, em espaço próprio no Cartão de Respostas da Prova Objetiva, a frase abaixo apresentada:

“As melhores coisas da vida não podem ser vistas nem tocadas, mas sim sentidas pelo coração.” (Dalai Lama)

2. Para cada uma das questões da prova objetiva são apresentadas 5 (cinco) alternativas classificadas com as letras (A), (B), (C), (D) e (E), e só uma responde da melhor forma possível ao quesito proposto. Você só deve assinalar UMA RESPOSTA. A marcação de nenhuma ou de mais de uma alternativa anula a questão, MESMO QUE UMA DAS RESPOSTAS SEJA A CORRETA.

3. A duração da prova é de 4 (quatro) horas, considerando, inclusive, a marcação do Cartão de Respostas e a Prova Discursiva. Faça-a com tranquilidade, mas controle o seu tempo.

4. Verifique se a prova é para o **PERFIL** para o qual concorre.

5. Somente após autorizado o início da prova, verifique se este Caderno de Questões está completo e em ordem. Folhear o Caderno de Questões antes do início da prova implica na eliminação do candidato.

6. Verifique, no **Cartão de Respostas da Prova Objetiva**, se seu nome, número de inscrição, identidade e data de nascimento estão corretos. Caso contrário, comunique ao fiscal de sala.

7. O **Caderno de Questões** poderá ser utilizado para anotações, mas somente as respostas assinaladas no **Cartão de Respostas da Prova Objetiva** e no **Caderno de Respostas da Prova Discursiva** serão objeto de correção.

8. Observe as seguintes recomendações relativas ao **Cartão de Respostas da Prova Objetiva**:

. não haverá substituição por erro do candidato;

. não deixar de assinar no campo próprio;

. não pode ser dobrado, amassado, rasurado, manchado ou conter qualquer registro fora dos locais destinados às respostas;

. a maneira correta de marcação das respostas é cobrir, fortemente, com esferográfica de tinta azul ou preta, o espaço correspondente à letra a ser assinalada;

. outras formas de marcação diferentes da que foi determinada acima implicarão a rejeição do **Cartão de Respostas**;

9. O fiscal não está autorizado a alterar quaisquer dessas instruções.

10. Você só poderá retirar-se da sala após 60 minutos do início da prova.

11. Quaisquer anotações só serão permitidas se feitas no caderno de questões.

12. Você poderá anotar suas respostas da prova objetiva em área específica do Caderno de Questões, destacá-la e levar consigo.

13. Os três últimos candidatos deverão permanecer na sala até que o último candidato entregue ao fiscal todo o seu material de prova.

14. Ao terminar a prova, entregue ao fiscal de sala, obrigatoriamente, o **Cartão de Respostas da Prova Objetiva**, o **Caderno de Respostas da Prova Discursiva** e o **Caderno de Questões**.

15. Prova Discursiva:

- A questão discursiva deverá ter um limite mínimo de 50 linhas e máximo de 150 linhas.

- Transcreva sua resposta para a parte pautada do **Caderno de Respostas da Prova Discursiva**. Não assine, rubrique ou coloque qualquer marca que o identifique, sob pena de ser anulado. Assim, a detecção de qualquer marca identificadora no espaço destinado à transcrição do texto definitivo acarretará nota ZERO na respectiva prova discursiva.

- O tempo total de duração das provas será de 4 (quatro) horas, incluindo o tempo para o preenchimento da Resposta Definitiva da Questão Discursiva. Nenhum rascunho **SERÁ LEVADO EM CONTA**.

Boa Prova!

.....

Ao término da prova, anote aqui suas respostas e destaque na linha pontilhada.

01	<input type="checkbox"/>	09	<input type="checkbox"/>	17	<input type="checkbox"/>	25	<input type="checkbox"/>	33	<input type="checkbox"/>
02	<input type="checkbox"/>	10	<input type="checkbox"/>	18	<input type="checkbox"/>	26	<input type="checkbox"/>	34	<input type="checkbox"/>
03	<input type="checkbox"/>	11	<input type="checkbox"/>	19	<input type="checkbox"/>	27	<input type="checkbox"/>	35	<input type="checkbox"/>
04	<input type="checkbox"/>	12	<input type="checkbox"/>	20	<input type="checkbox"/>	28	<input type="checkbox"/>	36	<input type="checkbox"/>
05	<input type="checkbox"/>	13	<input type="checkbox"/>	21	<input type="checkbox"/>	29	<input type="checkbox"/>	37	<input type="checkbox"/>
06	<input type="checkbox"/>	14	<input type="checkbox"/>	22	<input type="checkbox"/>	30	<input type="checkbox"/>	38	<input type="checkbox"/>
07	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>	23	<input type="checkbox"/>	31	<input type="checkbox"/>	39	<input type="checkbox"/>
08	<input type="checkbox"/>	16	<input type="checkbox"/>	24	<input type="checkbox"/>	32	<input type="checkbox"/>	40	<input type="checkbox"/>