

TESTE DE PROFICIÊNCIA - LÍNGUA ESPANHOLA

Edital 005/2023 - PRPPG / CALE / UNESPAR

Data: 27/10/2023

Duração: 2 horas

INSTRUÇÃO:

Leia o texto abaixo e responda às 05 (CINCO) questões de interpretação. As questões discursivas deverão ser respondidas em língua portuguesa. As respostas deverão ser elaboradas com coesão e coerência, atendo-se para a construção de sentido do texto em língua espanhola.

LA PARADOJA DEL OCTUBRE ROSA

Desde que octubre fuera establecido por la Organización Mundial de la Salud (en inglés OMS) como el mes de sensibilización sobre el cáncer de mama, durante esta época del año las agendas de diversas organizaciones e instituciones públicas y privadas se abarrotan de actividades dirigidas a generar conciencia en la población sobre esta enfermedad. Sin embargo, y a medida que cada año se acrecienta el interés por esta campaña, nos encontramos frente a una creciente problemática que configura un escenario impertinente y contradictorio. La paradoja del octubre rosa consiste en que en un mes en que debiera darse información, el nivel de desinformación es obsceno.

La desinformación es, según la *Asociación Española Contra el Cáncer*, la provisión de información errónea a través de “titulares alarmistas o morbosos, información científica confusa, creación de estereotipos, invisibilidad de algunos colectivos de enfermos, poco contexto social, uso inapropiado, abuso o frivolidad de términos y poca información preventiva”. Omitir información válida y relevante también es desinformación. Y la desinformación, desde este punto de vista, es lo que prima en el octubre rosa.

Eslóganes vacíos, falaces. Empresas de todo tipo lucrando con el cáncer descaradamente y sumándose a la desinformación, desde cremas para hacerse el inútil y dañino autoexamen hasta líneas aéreas que promueven la misma práctica medieval. Sorprendentemente, los creativos publicitarios transmiten de manera brillante mensajes de espantoso contenido.

No podemos seguir desinformando. No podemos no contar que la mamografía realizada desde los 50 años de edad durante 11 años previene 1 muerte por cáncer de mama por cada 1000 mujeres tamizadas. La mortalidad pasa de 5 en 1000 a 4 en 1000. Y en las mujeres que la realizan, 4 de cada 1000 reciben un diagnóstico de cáncer que no habría traído problema alguno, por lo tanto son dañadas con el diagnóstico y el tratamiento.

¿Hasta cuándo vamos a proponer tamizaje a edades que no fueron incluidas en ningún ensayo clínico? Aún en la edad de “máximo beneficio neto” que es entre los 50 y 69 años, la mamografía realizada cada dos años genera dudas en la comunidad científica en cuanto a su verdadero impacto en la reducción de la mortalidad por cáncer de mama.

¿Hasta cuándo vamos a usar la mentirosa "tasa de sobrevida" para informar los beneficios del tamizaje? El uso de este indicador es inadecuado para las pruebas de cribado de cáncer de mama

debido a que se ve distorsionado por diversos sesgos como el de anticipación diagnóstica (cuando el tratamiento de una enfermedad no cambia su pronóstico, la detección temprana en fase asintomática aumenta el tiempo que la persona vive conociendo su diagnóstico en comparación con su detección cuando la patología provoca algún síntoma) o el sesgo de longitud, que se observa cuando el tamizaje aumenta el diagnóstico de formas menos invasivas y de lento crecimiento. Sin embargo, se continúan utilizando las tasas de sobrevida para impresionar más a los lectores sobre los beneficios de esta práctica, independientemente de su reducido y cuestionable efecto sobre la mortalidad.

Adaptado de: <https://evidencia.org.ar/index.php/Evidencia/article/view/4241>

*** Indica uma pergunta obrigatória**

1. E-mail *

2. NOME DO(A) CANDIDATO(A): *

3. 1. Durante o mês de outubro, pudemos observar, em diferentes meios de comunicação, diversos questionamentos sobre a eficácia da mamografia em massa como forma de prevenção e de diagnóstico do câncer de mama. Qual é a crítica apresentada pelo texto sobre a campanha denominada “Outubro Rosa” e quais são os principais argumentos utilizados pela autora para sustentar sua opinião sobre o tema? *

4. 2. No trecho “*La paradoja del octubre rosa consiste en que en un mes en que debiera darse información, el nivel de desinformación es obscuro*”, afirma-se que há um contrassenso na mais importante campanha de prevenção e de diagnóstico do câncer de mama. Segundo a autora, por que esse contrassenso existe e quais são os seus desdobramentos? *

5. 3. No texto, deparamo-nos com a afirmação de que: “*la 'tasa de sobrevivencia' para informar los beneficios del tamizaje*” é mentirosa. Como essa afirmação é justificada pela autora? *

6. 4. Considere o texto, analise as afirmações a seguir e assinale a alternativa correta. *

- I) O título do texto evidencia uma opinião positiva e imparcial sobre o Outubro Rosa;
- II) De acordo com o texto, a desinformação sobre o câncer de mama pode ter diferentes origens e motivações;
- III) A mamografia em todas as faixas etárias pode livrar 1 a cada 1000 mulheres do câncer de mama;
- IV) Deve-se incluir diferentes faixas etárias nos exames preventivos;
- V) O meio publicitário tem faturado com a desinformação sobre o câncer de mama.

Marcar apenas uma oval.

- a) Somente a I está correta;
- b) I, II e III estão corretas;
- c) I e IV estão corretas;
- d) II e V estão corretas;
- e) III e IV estão corretas.

7. 5. De acordo com o conceito de desinformação apresentado pelo texto, assinale a alternativa correta. *

Marcar apenas uma oval.

- a) A falta de clareza em textos científicos pode colaborar com o negativo desdobramento de campanhas como a do Outubro Rosa;
- b) Há muita informação confiável sobre o câncer de mama na internet, devemos buscar essas informações em sites como o do Ministério da Saúde;
- c) Todos devem colaborar com a disseminação de informações sobre o câncer de mama e defender o diagnóstico precoce;
- d) Durante o mês de outubro, há uma maior circulação de informações confiáveis sobre o câncer de mama em todos os contextos sociais;
- e) Quando usam slogans da campanha de prevenção e de diagnóstico do câncer de mama, as empresas estão colaborando com a conscientização sobre o tema.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários