

# 103

## ANALISTA DE COMUNICAÇÃO

TIPO  
“U”

### INSTRUÇÕES

- Você receberá do fiscal:
  - um caderno de questões das provas objetiva e discursiva contendo 50 (cinquenta) questões de múltipla escolha, com 5 (cinco) alternativas de resposta cada uma e apenas 1 (uma) alternativa correta, e 2 (duas) questões discursivas;
  - uma folha de respostas personalizada da prova objetiva; e
  - duas folhas de texto definitivo da prova discursiva.
- Quando autorizado pelo fiscal do IADES, no momento da identificação, escreva no espaço apropriado da folha de respostas da prova objetiva, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

*É tão arriscado acreditar...*

- Verifique se estão corretas a numeração das questões e a paginação do caderno de questões, bem como a codificação da folha de respostas da prova objetiva e das folhas de texto definitivo da prova discursiva.
- Você dispõe de 4 (quatro) horas para fazer as provas objetiva e discursiva e deve controlar o tempo, pois não haverá prorrogação desse prazo. Esse tempo inclui a leitura das instruções, a marcação da folha de respostas da prova objetiva e o preenchimento das folhas de texto definitivo da prova discursiva.
- Somente 1 (uma) hora após o início da prova, você poderá entregar sua folha de respostas da prova objetiva, as folhas de texto definitivo da prova discursiva e o caderno de provas, bem como retirar-se da sala.
- Somente será permitido levar o caderno de questões das provas objetiva e discursiva 3 (três) horas após o início da prova.
- Após o término da prova, entregue ao fiscal do IADES a folha de respostas da prova objetiva, devidamente assinada, e as folhas de texto definitivo da prova discursiva.
- Deixe sobre a carteira apenas o documento de identidade e a caneta esferográfica de tinta preta, fabricada com material transparente.
- Não é permitida a utilização de nenhum aparelho eletrônico ou de comunicação.
- Não é permitida a consulta a livros, dicionários, apontamentos e (ou) apostilas.
- Você somente poderá sair e retornar à sala de aplicação de provas na companhia de um fiscal do IADES.
- Não será permitida a utilização de lápis em nenhuma etapa da prova.

### INSTRUÇÕES PARA A PROVA OBJETIVA E DISCURSIVA

- Verifique se os seus dados estão corretos na folha de respostas da prova objetiva e nas folhas de texto definitivo da prova discursiva. Caso haja algum dado incorreto, comunique ao fiscal.
- Leia atentamente cada questão e assinale, na folha de respostas da prova objetiva, uma única alternativa.
- A folha de respostas da prova objetiva e as folhas de texto definitivo da prova discursiva não podem ser dobradas, amassadas, rasuradas ou manchadas e nem podem conter nenhum registro fora dos locais destinados às respostas.
- O candidato deverá transcrever, com caneta esferográfica de tinta preta, as respostas da prova objetiva para a folha de respostas e os textos definitivos da prova discursiva para as folhas de texto definitivo.
- A maneira correta de assinalar a alternativa na folha de respostas da prova objetiva é cobrir, fortemente, com caneta esferográfica de tinta preta, o espaço a ela correspondente.
- Marque as respostas assim: ●

## PROVA OBJETIVA

### CONHECIMENTOS BÁSICOS

Questões de 1 a 20

### LÍNGUA PORTUGUESA

Questões de 1 a 8

Texto 1 para responder às questões de 1 a 3.

#### O Mato Grosso do Sul e sua arquitetura

1 A arquitetura histórica presente em Corumbá e  
 2 Miranda é de grande valor para a região e para o País.  
 3 Corumbá, localizada às margens do Rio Paraguai e capital  
 4 do Pantanal, é uma cidade que foi quase destruída com a  
 5 Guerra do Paraguai, tendo parte de suas edificações e de  
 6 seu traçado urbano tombada como patrimônio da União  
 7 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
 8 (Iphan) há 30 anos. Os casarões do século 19,  
 9 também presentes no sítio, retratam um período de imensa  
 10 riqueza econômica, com a importação de produtos  
 11 da Europa que chegavam pela Bacia do Prata.  
 12 Em Miranda, o processo de tombamento federal de algumas  
 13 edificações importantes já está encaminhado. Foram,  
 14 entretanto, os ciclos do gado e da ferrovia Noroeste do  
 15 Brasil que trouxeram o desenvolvimento e a integração para  
 16 Mato Grosso do Sul (MS). Fazendas rurais e sua arquitetura  
 17 tipicamente mineira fundem-se com o estilo eclético dos  
 18 edifícios ferroviários – estações, rotundas, residências e  
 19 armazéns, desenhando o mosaico da arquitetura histórica do  
 20 estado. Com a ferrovia, vieram os construtores, os materiais  
 21 e os novos estilos arquitetônicos em voga nas cidades mais  
 22 importantes do País e do mundo e, assim, os casarões, os  
 23 edifícios comerciais e os novos prédios institucionais  
 24 começam a ser erguidos. Técnicas de ornamentação e  
 25 elementos de revestimento impregnaram as edificações que  
 26 foram sendo erguidas no final do século 19 e início do  
 27 século 20. Novas cidades surgem no cenário geográfico  
 28 como municípios dotados com a presença de importantes  
 29 edifícios em estilo eclético e *art déco*. Todo esse  
 30 patrimônio é desconhecido do povo brasileiro, que tem  
 31 referências sobre MS pelas belezas naturais de Bonito ou  
 32 por meio das notícias ruins de drogas e contrabando.

Disponível em: <<https://revistacontinente.com.br/edicoes/>>.  
 Acesso em: 27 ago. 2021, com adaptações.

### QUESTÃO 1

Com base nas informações do texto e nas relações entre elas, assinale a alternativa correta.

- (A) Corumbá e Miranda são cidades tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) por causa de sua arquitetura histórica.
- (B) Em Corumbá e Miranda, os casarões do século 19 e a arquitetura tipicamente mineira, refletem um período de imensa riqueza econômica, com o contrabando de produtos da Europa que chegavam pela Bacia do Prata.
- (C) Em geral, o povo brasileiro ignora as belezas naturais de Mato Grosso do Sul (MS), bem como a própria história e todo o seu patrimônio.
- (D) A arquitetura de MS configurou-se, ao longo de uma história de guerra, de riqueza econômica, bem como de integração com outras culturas, apresentando, hoje, traços ecléticos.

- (E) O estado de MS possui envolvimento com o tráfico de drogas e com o contrabando, o que caracteriza sua cultura ainda mais que as belezas naturais de Bonito.

### QUESTÃO 2

Tendo como referência a norma-padrão, as questões gramaticais e os sentidos que envolvem o texto, assinale a alternativa correta.

- (A) Em “Todo esse patrimônio é desconhecido do povo brasileiro, que tem referências sobre” (linhas de 29 a 31), se houver a substituição de “povo brasileiro” por **brasileiros**, a nova construção será “**Todo esse patrimônio é desconhecido dos brasileiros, os quais têm referências sobre**”.
- (B) O verbo sublinhado na construção “tendo parte de suas edificações e de seu traçado urbano tombada como patrimônio da União pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) há 30 anos.” (linhas de 5 a 8), poderia ser substituído pela forma verbal **fazem**.
- (C) Em “é uma cidade que foi quase destruída com a Guerra do Paraguai” (linhas 4 e 5), poder-se-ia substituir a construção em voz passiva por sua correspondente na voz ativa: **O Paraguai quase destruiu a cidade**.
- (D) Considerando a colocação pronominal, se, no trecho “Fazendas rurais e sua arquitetura tipicamente mineira fundem-se com o” (linhas 16 e 17), caso houvesse o acréscimo de não depois da palavra “mineira”, a próclise seria facultativa.
- (E) No trecho “localizada às margens do Rio Paraguai” (linha 3), a expressão sublinhada poderia ser substituída por **a beira do**.

### QUESTÃO 3

Em “Foram, entretanto, os ciclos do gado e da ferrovia Noroeste do Brasil que trouxeram o desenvolvimento e a integração para Mato Grosso do Sul (MS).” (linhas de 13 a 16), “entretanto” poderia ser substituído, sem que isso acarretasse incorreção gramatical e nem alteração de seu sentido original, pela conjunção

- (A) **contanto.**
- (B) **portanto.**
- (C) **contudo.**
- (D) **conquanto.**
- (E) **porquanto.**

Área livre

**Texto 2 para responder às questões de 4 a 6.**

**Iphan restaura o Forte de Coimbra**

1 Iniciou-se, em Mato Grosso do Sul (MS), a  
 2 recuperação do histórico Forte de Coimbra, localizado no  
 3 distrito de Coimbra, município de Corumbá/MS. A  
 4 edificação é tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico  
 e Artístico Nacional (Iphan), desde 1974, nos Livros do  
 Tombo Histórico e Arqueológico, Etnográfico e  
 7 Paisagístico.

A ocupação de seu sítio, às margens do rio Paraguai e  
 próximo às fronteiras paraguaia e boliviana, data do último  
 10 quarto do século 18 e, assim como seu contemporâneo  
 Forte Real Príncipe da Beira, surge no contexto da fixação  
 de limites entre Portugal e Espanha, que culminou em  
 13 tratados como o de Madrid e o de Santo Ildefonso.

Sucessivamente atacado por guaicurus no final do  
 século 18, por espanhóis em 1801 e por paraguaios em  
 16 1864, o Forte de Coimbra passou por diversas  
 recomposições e adaptações, até uma última reforma pelo  
 Exército Brasileiro em 1908; hoje, em terras oficialmente  
 19 brasileiras e mantido pelos militares, suas muralhas são um  
 testemunho daquele período da história brasileira.

Fundamentalmente estão previstos no Forte a  
 22 execução de serviços de drenagem, iluminação, tratamento  
 de esgoto, pintura e recuperação de soteia e do respectivo  
 madeiramento; além disso, em um âmbito de adaptação  
 25 para novos usos, também se incluem a instalação de peças  
 para cozinha e sanitários e preparo de espaço para reserva  
 técnica de museu que o Exército Brasileiro mantém nas  
 28 dependências do Forte. Contemplaram também os critérios  
 de acessibilidade universal, na medida do possível, em se  
 30 tratando da natureza da edificação.

Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias>>.  
 Acesso em: 29 ago. 2021, com adaptações.

**QUESTÃO 4**

No contexto apresentado, os vocábulos “Tombo” (linha 6) e  
 “soteia” (linha 23) significam, respectivamente,

- (A) relação e plataforma.
- (B) inventário e terraço.
- (C) registro e teto.
- (D) diligência e plataforma.
- (E) queda e mirante.

**QUESTÃO 5**

Conforme as regras de ortografia e de acentuação gráfica  
 vigentes, bem como as questões gramaticais do texto,  
 assinale a alternativa correta.

- (A) O trecho “assim como seu contemporâneo” (linha 10)  
 poderia ser substituído corretamente pela redação **da  
 mesma forma que seu conterrâneo**, pois os  
 vocábulos estão grafados corretamente e mantêm o  
 sentido original do texto.
- (B) Na linha 27, a forma plural do vocábulo “mantém”  
 deve ser acentuada da mesma forma se substituirmos  
 “Exército” por **Forças Armadas**.
- (C) Na linha 21, o vocábulo “Fundamentalmente”  
 poderia ser substituído corretamente pela forma  
**Básicamente**.

- (D) Na linha 20, as palavras “período” e “história” são  
 acentuadas por causa da presença de ditongos.
- (E) A palavra “espanhóis” (linha 15) está corretamente  
 acentuada porque o ditongo aberto a finaliza, mas, se  
 ele não estivesse nesta posição, a palavra não levaria  
 acento, conforme o Novo Acordo Ortográfico.

**QUESTÃO 6**

Com relação à estrutura, à organização e à tipologia textual,  
 assinale a alternativa correta.

- (A) Segundo o parágrafo introdutório do texto, a posse do  
 histórico Forte de Coimbra e do Forte Real Príncipe  
 da Beira por portugueses e espanhóis é concomitante  
 e ocorre em meados do século 18.
- (B) O primeiro parágrafo estrutura-se por meio de  
 linguagem injuntiva, pois pretende convencer o leitor  
 de que a restauração do Forte de Coimbra é  
 imprescindível para a memória da arquitetura de  
 Mato Grosso do Sul.
- (C) A seleção vocabular do título e dos três parágrafos  
 compõe organização textual, com introdução,  
 desenvolvimento e conclusão, que apresenta opinião  
 acerca da relevância entre patrimônio, cultura e  
 arquitetura.
- (D) Os três parágrafos são informativos e compõem um  
 texto cujo título sintetiza a intenção de instruir de  
 forma simples e objetiva.
- (E) O segundo parágrafo do texto é narrativo e apresenta  
 a história do Forte de Coimbra.

Área livre

**Texto 3 para responder às questões 7 e 8.**

**Ocupação urbana e degradação ambiental em Campo Grande/MS**

1 Campo Grande, desde os seus primórdios, foi pensada  
 e projetada para ser uma cidade moderna. Essa modernidade  
 é observada desde os primeiros planos de ordenamento  
 4 urbano, nos quais se verifica uma preocupação com a  
 locomoção, a disposição das quadras, do arruamento, das  
 áreas verdes, das áreas de várzeas e de uma série de  
 7 regulamentos e diretrizes que norteavam, e ainda norteiam,  
 as ações humanas como o uso e a ocupação do solo urbano.  
 No entanto, apesar desses regulamentos e dessa ideia de  
 10 modernidade, a cidade cresceu expandindo-se por todos os  
 lados e ocupando áreas antes proibidas. Várzeas foram  
 loteadas, córregos canalizados, áreas verdes desmatadas,  
 13 tudo em nome do progresso e de um tipo de modernidade  
 que fecha os olhos para as bases naturais em que a cidade  
 está inserida e sobre a qual ela se sustenta.  
 16 O resultado desse processo são os vários impactos negativos  
 que afetam toda a população à custa de vidas destruídas,  
 18 perdas financeiras e ambientais.

Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/>>.  
 Acesso em: 29 ago. 2021, com adaptações.

**QUESTÃO 7**

Com base na leitura compreensiva do texto, é correto afirmar que o autor

- (A) considera que a forma moderna como Campo Grande foi pensada e projetada evitou os impactos negativos da modernidade.
- (B) apresenta contradição entre o fato de a cidade ter sido projetada para ser moderna e o seu crescimento desordenado.
- (C) discorda de que o progresso deva considerar mais questões relativas às bases naturais da cidade e menos as relacionadas à economia.
- (D) dirige-se especificamente aos profissionais de arquitetura e urbanismo.
- (E) propõe medidas benéficas em contraposição aos impactos negativos que afetam toda a população e as riquezas naturais de Campo Grande.

**QUESTÃO 8**

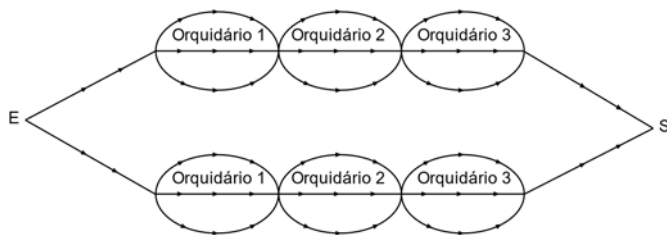
Em “No entanto, apesar desses regulamentos e dessa ideia de modernidade, a cidade cresceu expandindo-se por todos os lados e ocupando áreas antes proibidas.” (linhas de 9 a 11), o uso da vírgula

- (A) é opcional logo após a conjunção “No entanto”.
- (B) é obrigatório apenas depois de “No entanto”.
- (C) seria incorreto se a oração adverbial estivesse no final do período.
- (D) seria viável antes de “No entanto”, desde que a inicial maiúscula fosse adequada à nova redação.
- (E) é obrigatório neste caso por isolar expressão adverbial deslocada.

Área livre

**RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICO**  
**Questões de 9 a 12**

**QUESTÃO 9**



Um urbanista projetou um passeio ao orquidário do Jardim Botânico, de modo que cada visitante deve percorrer um dos lados do orquidário fazendo o caminho indicado pelas setas, sempre no sentido de E para S. De quantas maneiras distintas um visitante pode percorrer o passeio?

- (A) 54
- (B) 27
- (C) 18
- (D) 45
- (E) 36

**QUESTÃO 10**

Sabe-se que, entre os 20 arquitetos que fazem parte do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), um quarto são homens e três quartos de todos os conselheiros (homens e mulheres) têm mais de 30 anos de idade. Entre as mulheres, um terço tem menos de 30 anos. Quantos homens do CAU/BR têm mais de 30 anos?

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

Área livre

## QUESTÃO 11

A Comissão de Ensino e Formação Profissional do Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CEF-CAU) é composta por cinco arquitetos, sendo três homens e duas mulheres. Um processo deve ser analisado por dois arquitetos escolhidos aleatoriamente mediante sorteio. Qual é a probabilidade de serem sorteadas as duas mulheres?

- (A)  $\frac{1}{10}$
- (B)  $\frac{2}{5}$
- (C)  $\frac{2}{3}$
- (D)  $\frac{3}{10}$
- (E)  $\frac{1}{2}$

## QUESTÃO 12

A negação da proposição “*Todo arquiteto é urbanista.*” é a seguinte proposição:

- (A) Nenhum arquiteto é urbanista.
- (B) Nenhum urbanista é arquiteto.
- (C) Pelo menos um arquiteto é urbanista.
- (D) Pelo menos um arquiteto não é urbanista.
- (E) Não existe arquiteto urbanista.

Área livre

## LEGISLAÇÃO APLICADA AO CAU-MS

Questões de 13 a 16

## QUESTÃO 13

Nos termos da Lei Federal nº 12.378/2010, assinale a alternativa que corresponde ao campo de atuação da arquitetura paisagística.

- (A) Concepção e execução de projetos de ambientes.
- (B) Concepção e execução de projetos para espaços externos, livres e abertos, privados ou públicos, como parques e praças, considerados isoladamente ou em sistemas, dentro de várias escalas, inclusive a territorial.
- (C) Práticas de projeto e soluções tecnológicas para reutilização, reabilitação, reconstrução, preservação, conservação, restauro e valorização de edificações, conjuntos e cidades.
- (D) Planejamento físico-territorial, planos de intervenção no espaço urbano, metropolitano e regional, fundamentados nos sistemas de infraestrutura, saneamento básico e ambiental, sistema viário, sinalização, tráfego e trânsito urbano e rural, acessibilidade, gestão territorial e ambiental, parcelamento do solo, loteamento, desmembramento, remembramento, arruamento, planejamento urbano, plano diretor, traçado de cidades, desenho urbano, sistema viário, tráfego e trânsito urbano e rural, inventário urbano e regional, assentamentos humanos e requalificação em áreas urbanas e rurais.
- (E) Desenvolvimento de estruturas e aplicação tecnológica de estruturas.

## QUESTÃO 14

A respeito da prestação de contas, conforme a Lei Federal nº 12.378/2010, assinale a alternativa correta.

- (A) O Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e os Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal (CAUs) prestarão suas contas ao Tribunal de Contas da União (TCU) com periodicidade anual. Cabe aos respectivos presidentes a responsabilidade de prestá-las. Os CAUs deverão aprová-las previamente pelo plenário e submetê-las ao CAU/BR.
- (B) O CAU/BR prestará suas contas ao TCU e os CAUs ao Tribunal de Contas dos estados onde têm sede, com periodicidade anual. Cabe aos respectivos tesoureiros a responsabilidade de prestá-las e dispensa-se homologação das contas pelo plenário.
- (C) O CAU/BR e os CAUs prestarão suas contas ao TCU com periodicidade semestral. Cabe aos respectivos presidentes a responsabilidade de prestá-las. É prescindível aos CAUs providenciar a aprovação prévia pelo plenário e submetê-las ao CAU/BR.
- (D) Os CAUs prestarão suas contas ao CAU/BR com periodicidade anual. Cabe aos respectivos presidentes a responsabilidade de prestá-las. Os CAUs deverão aprová-las previamente pelo plenário, dispensando homologação.
- (E) Por se tratar de entidade de classe, tanto o CAU/BR como os CAUs são dispensados de prestar contas, salvo os profissionais que dela fazem parte.

## QUESTÃO 15

De acordo com Regimento Interno do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Mato Grosso do Sul (CAU/MS), no que tange às competências do plenário, assinale a alternativa correta.

- (A) Apreciar e deliberar a respeito de modelo de gestão, segundo os atos normativos do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR), e apreciar e deliberar quanto às propostas apresentadas pelas comissões temporárias, no âmbito de sua competência.
- (B) Apreciar e deliberar no que se refere à instituição de Escritórios Descentralizados, na área de sua jurisdição, observando os limites de dotação orçamentária do CAU/MS e os atos normativos do CAU/BR, apreciar, cumprir e fazer cumprir a execução das metas previstas nos planos de ação e orçamento, e acompanhar os resultados alcançados no plano de trabalho das comissões.
- (C) Cumprir e fazer cumprir os atos baixados pelo CAU/MS e apreciar e deliberar a respeito da composição de comissões ordinárias, especiais, se instituídas, temporárias e demais órgãos colegiados.
- (D) Designar conselheiro titular para análise de processo não deliberado por comissões, ou conselho diretor a ser relatado no plenário, e apreciar e deliberar quanto a atos normativos relativos à gestão da estratégia econômico-financeira, da organização e do funcionamento do CAU/MS.
- (E) Apreciar e deliberar acerca da integração do CAU/MS com o Estado e a sociedade, no âmbito de sua jurisdição, e apreciar e deliberar acerca de revisão, sustação ou anulação de atos praticados pelo CAU/MS.

## QUESTÃO 16

Considerando as determinações expressas no Regimento Interno, no que concerne aos mandatos dos conselheiros do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Mato Grosso do Sul (CAU/MS), é correto afirmar que terão duração de

- (A) dois anos, sendo permitidas reconduções para o mesmo tipo de mandato. A vacância de mandato de conselheiro titular implicará em eleições para recomposição do plenário, e o conselheiro eleito nessa condição apenas completará o mandato em curso.
- (B) dois anos, sendo permitida uma recondução para o mesmo tipo de mandato. A vacância de mandato de conselheiro titular resultará em eleições para recomposição do plenário apenas quando a vacância impedir o funcionamento do CAU/MS, e o conselheiro eleito nessa condição apenas completará o mandato em curso.
- (C) três anos, sendo permitida uma recondução para o mesmo tipo de mandato. A vacância de mandato de conselheiro titular resultará em eleições para recomposição do plenário somente quando a vacância impedir o funcionamento do CAU/MS, e o conselheiro eleito nessa condição apenas completará o mandato em curso.

- (D) três anos, sendo permitidas reconduções para o mesmo tipo de mandato. A vacância do mandato do conselheiro titular implicará em eleições para recomposição do plenário, e o conselheiro eleito nessa condição apenas completará o mandato em curso.
- (E) dois anos, sendo permitidas reconduções para o mesmo tipo de mandato. A vacância de mandato de conselheiro titular resultará em eleições para recomposição do plenário apenas quando a vacância impedir o funcionamento do CAU/MS, e o conselheiro eleito nessa condição gozará do prazo integral de uma legislatura.

Área livre

**ATUALIDADES**  
**Questões de 17 a 20**

**QUESTÃO 17**

A população estimada para o estado de Mato Grosso do Sul (MS), no ano de 2020, foi de 2,8 milhões de habitantes. Essa população, em grande parte urbana, é distribuída de forma irregular pelo território. Em relação à urbanização do referido estado, assinale a alternativa correta.

- (A) Campo Grande, a capital estadual, é a maior região metropolitana de MS.
- (B) A urbanização de MS acompanhou a ocupação da divisa agrícola na faixa de fronteira internacional.
- (C) As cidades de Dourados e Aquidauana são os maiores centros urbanos do interior do estado.
- (D) Dos 79 municípios sul-mato-grossenses, a maioria se encontra na categoria de cidades médias.
- (E) A maior cidade de MS é a capital Campo Grande, seguida por Dourados, Três Lagoas, Corumbá e Ponta Porã, as maiores cidades do estado.

**QUESTÃO 18**

Conforme dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o estado do Mato Grosso do Sul é a sétima unidade da Federação na produção de riqueza gerada pelo agronegócio. Assinale a alternativa que apresenta os principais produtos desse setor no estado.

- (A) Café e fruticultura irrigada.
- (B) Algodão e erva mate.
- (C) Soja e milho.
- (D) Eucalipto e laranja.
- (E) Cana-de-açúcar e mandioca.

**QUESTÃO 19**

Os arranjos populacionais são o conjunto de cidades que apresentam elementos de integração, como movimentos pendulares para trabalho e estudo ou pela contiguidade da mancha urbanizada. Esses arranjos podem ser formados por duas ou mais cidades dentro de uma mesma unidade da Federação (UF), entre diferentes UF e entre cidades de países distintos. A respeito desse assunto, em Mato Grosso do Sul, são caracterizadas como arranjos populacionais internacionais as cidades de

- (A) Coxim e Aparecida do Taboado.
- (B) Corumbá e Ponta Porã.
- (C) Dourados e Ponta Porã.
- (D) Três Lagoas e Porto Murtinho.
- (E) Corumbá e Jardim.

**QUESTÃO 20**

O Mato Grosso do Sul detém cerca de 65% do território do Pantanal, um bioma caracterizado por

- (A) dispor de pouca diversidade em razão do regime climático de secas e cheias extremas.
- (B) ser drenado pelas bacias hidrográficas dos rios Paraguai e Paraná.
- (C) possuir uma forte capacidade de regeneração, o que denota a própria sustentabilidade.
- (D) ser uma planície aluvial distribuída pelos territórios dos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e dos países sul-americanos Paraguai e Bolívia.
- (E) apresentar um ecossistema que ocorre apenas no território brasileiro.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**  
**Questões de 21 a 50**

**QUESTÃO 21**

Os programas de comunicação levados a efeito por um setor ou pelo departamento de comunicação de uma organização devem ser decorrentes de todo um planejamento e agregar valor aos negócios, ajudando as organizações a cumprir sua missão, atingir seus objetivos e a se posicionar institucionalmente perante a sociedade e os públicos com os quais se relacionam.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Gestão das relações públicas na contemporaneidade e a sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil*. In: *Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, São Paulo, ano 3, nº 5, p. 31-61, 2º semestre 2006.

Com base no texto apresentado e nos conhecimentos do campo da Comunicação Organizacional, assinale a alternativa correta.

- (A) O texto é uma área distinta da Comunicação Organizacional, pois esta implica-se em organizar e planejar.
- (B) As novas tecnologias e a virtualização das organizações mudaram os processos produtivos, exigindo de organizações e dos funcionários novas atitudes e novas competências.
- (C) Comunicação Organizacional é o processo de produção e transmissão e de informações em organizações, ou seja, um processo linear e teleológico embasado no Manual da Redação Oficial da Presidência da República.
- (D) Com a chegada do processo de virtualização nas organizações, o trabalho tornou-se fundamentado em normas e regulamentos padronizados de mediação.
- (E) Intranet é sinônimo de Internet.

**QUESTÃO 22**

É frequente nas organizações a prática de aquisições, reestruturações e fusões. Nestas mudanças, as próprias instituições se questionam acerca de quem são e buscam conceituações. No que concerne à identidade organizacional, assinale a alternativa correta.

- (A) Disseminar os valores da organização é uma atividade voltada primeiramente ao público externo.
- (B) No contexto organizacional, os valores fazem parte do Planejamento Estratégico com os quais a empresa define o que espera ser realizado em um determinado tempo.
- (C) O propósito pelo qual a empresa é criada pode ser conceituado como visão.
- (D) A conceituação de missão, valores e visão não deve ser utilizada por organizações menores.
- (E) A missão de uma organização está imbricada com os propósitos em relação às suas relações com o mercado, com os colaboradores e com a comunidade externa.

Área livre

## QUESTÃO 23

A identificação das competências essenciais pode trazer uma série de benefícios para a organização. A esse respeito, assinale a alternativa correta.

- (A) Os recursos materiais, captabilidade e competências estão acima das competências essenciais em uma organização.
- (B) Os recursos humanos são parte distinta da Comunicação Organizacional.
- (C) As competências essenciais são atividades que definem a organização.
- (D) Os recursos organizacionais estão relacionados à reputação e à cultura da organização.
- (E) As competências dizem respeito à habilidade da organização de explorar os recursos.

## QUESTÃO 24

O conjunto de atividades criadoras de valor desde as fontes de matéria-prima até o produto final entregue ao consumidor denomina-se

- (A) cadeia de valor.
- (B) plano de ação.
- (C) posicionamento estratégico.
- (D) direcionadores do valor.
- (E) custo meta parcial.

## QUESTÃO 25

Essa prática é resultado das necessidades de captar toda a complexidade da performance na organização e tem sido ampla e crescentemente utilizada em empresas e organizações. É um sistema que considera outros indicadores, além dos financeiros. O diferencial é a capacidade de comunicar a visão e a estratégia por meio de uma estrutura lógica de causa e efeito.

Com base nas descrições apresentadas no texto que correspondem a uma prática do meio organizacional, assinale a alternativa que define essa prática.

- (A) O *Balanced scorecard* (BSC) é um fim em si mesmo, ou seja, uma ferramenta de gestão que utiliza um modelo tradicional chamado de Organização Orientada para a Estratégia.
- (B) A Gestão estratégica é o processo global de planejamento estratégico, focado na eficiência.
- (C) O BSC é utilizado para estabelecer as relações entre as unidades de negócio, as unidades de serviço compartilhado, as equipes e os indivíduos em torno dos objetivos organizacionais.
- (D) Os executivos utilizam o BSC essencialmente como um instrumento de medida do desempenho organizacional.
- (E) A Gestão estratégica é um processo contínuo de decisão que determina a performance da organização, tendo em conta as oportunidades e as ameaças com as quais esta se confronta no seu próprio ambiente, mas também as forças e fraquezas da própria organização.

## QUESTÃO 26

Acerca das atribuições primárias do assessor de imprensa, assinale a alternativa correta.

- (A) Administrar as informações jornalísticas das fontes para os meios de comunicação em via de mão única.
- (B) Organizar entrevistas coletivas e individuais. Emitir notas de esclarecimento.
- (C) Produzir *releases*; editar jornais, revistas e vídeos relativos à atuação da organização assessorada e produzir eventos.
- (D) Assessorar o diretor da organização, agendando reuniões de níveis profissional e pessoal.
- (E) Planejar o *design* impresso das publicidades organizacionais.

## QUESTÃO 27

Em conformidade com a relação entre assessoria de imprensa, relações públicas e *marketing*, assinale a alternativa correta.

- (A) Assessoria de comunicação está vinculada à comunicação organizacional, enquanto relações públicas está vinculada ao *marketing*.
- (B) Na sociedade midiática, as relações públicas têm se tornado cada vez menos um sistema de gerenciamento de relações com a mídia e cada vez mais um sistema de relação com o público externo.
- (C) O *marketing* tem como foco a objetividade, a transparência e a verdade.
- (D) Como ferramenta de *marketing*, a assessoria de imprensa funciona como facilitadora do fluxo de informações entre o mercado corporativo e os seus diversos públicos.
- (E) Assessoria de comunicação e *marketing* são áreas distintas

## QUESTÃO 28

Capacitar fontes e porta-vozes é uma das atribuições da assessoria de imprensa. Por meio dessa capacitação é possível criar oportunidades e transmitir mensagens de forma eficaz.

O texto apresentado se refere ao processo de

- (A) *media training*.
- (B) *edition training*.
- (C) oratória.
- (D) retórica.
- (E) marketing pessoal.

Área livre



## QUESTÃO 29

Quando um jornalista constitui-se, ao mesmo tempo, em funcionário de um veículo de comunicação e em assessor de uma instituição, pode incorrer em graves falhas éticas: por um lado, no jornal, revista, emissora de rádio ou de televisão, forçando para que sejam divulgadas notícias relacionadas ao seu assessor; por outro, na entidade que assessora, favorecendo o veículo – seu outro emprego –, fornecendo-lhe com exclusividade informações importantes.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. 4 ed. Porto Alegre: Sagra, 2001, p. 30.

No que concerne à relação entre assessor de imprensa e repórteres, assinale a alternativa correta.

- (A) O relacionamento entre assessores de imprensa e jornalistas é inexistente.
- (B) O assessor de imprensa deve visar a reputação da empresa, mesmo que isso signifique falta de transparência.
- (C) Os valores-notícia (critérios para a importância da notícia) são uma estratégia usada pelos assessores de imprensa para a divulgação de uma notícia que promova a empresa.
- (D) A assessoria de imprensa utiliza as informações passadas pela imprensa como parte do processo de criação de conteúdo.
- (E) A assessoria de imprensa é uma área recente, que surgiu junto às redes sociais.

## QUESTÃO 30

A respeito da Comunicação Organizacional Integrada a qual alinha distintas atividades comunicacionais dentro da organização, assinale a alternativa correta.

- (A) A integração das atividades comunicacionais acontece pela separação das áreas garantindo coerência da linguagem adotada e racionalização de cada atividade.
- (B) A comunicação integrada propõe uma política individual nos termos comunicacionais.
- (C) A comunicação integrada se difere completamente dos objetivos estratégicos que estão essencialmente ligados ao *marketing*.
- (D) A linguagem da comunicação integrada leva em consideração cada um dos setores, por isso é uma linguagem distinta e heterogênea.
- (E) Pode-se destacar dois aspectos da comunicação integrada: o envolvimento total da direção e a inserção da comunicação no processo decisório empresarial, pois a comunicação passa a ser vista como estratégica, devendo estar presente nos processos de planejamento das organizações.

Área livre

## QUESTÃO 31

Considerando os componentes estratégicos da comunicação organizacional integrada, assinale a alternativa correta.

- (A) O tratamento processual da comunicação implica o acompanhamento da comunicação ampla e integrada das subáreas da comunicação: relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda.
- (B) A gestão de relacionamentos prioriza a função estratégica da comunicação e reconhece seu valor no processo de gestão organizacional.
- (C) Na comunicação organizacional, o processo monitorado enfatiza oportunidades de interação e diálogo da organização com os atores sociais ou públicos.
- (D) O agenda *setting* requer intencionalidade e sistematização da comunicação, com base em metodologia do planejamento estratégico.
- (E) O processo monitorado é a última etapa da comunicação integrada.

## QUESTÃO 32

Na história humana, de tempos em tempos, alguns temas emergem a partir de contextos que traduzem o sentido e o espírito da época. Pode-se dizer, com relativa segurança, que um tema emergente da atualidade é o das redes sociais.

Vermelho SC, Velho APM, Bertonecello V. *Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores*. Educ Pesqui. 2015;41(4):863-81.

Em relação às redes sociais, assinale a alternativa correta.

- (A) O conceito de redes sociais surgiu após a interação virtual entre internautas.
- (B) A internet pode ser considerada uma rede social.
- (C) Mídias sociais e redes sociais são sinônimos.
- (D) Facebook, Instagram e Whatsapp podem ser considerados redes sociais.
- (E) As redes sociais digitais interessam apenas às pessoas e não às empresas, pois possuem um cunho estritamente pessoal.

## QUESTÃO 33

A definição das redes de relacionamento das organizações e empresas no ambiente digital denomina-se

- (A) comunicação interpessoal de massa.
- (B) comunicação de massa.
- (C) intercomunicação.
- (D) comunicação transcultural.
- (E) telecomunicação.

Área livre

### QUESTÃO 34

A comunicação nas organizações se transformou. Com a evolução tecnológica, a necessidade de resposta rápida e a exigência do mercado cresceram. Desta forma, os sistemas das redes sociais têm atuação essencial na comunicação corporativa, obtendo maior rapidez e aproximação com o público externo.

Quanto ao uso das redes sociais digitais nas organizações, assinale a alternativa correta.

- (A) Entre as vantagens do uso das redes sociais em organizações estão: a comunicação em tempo real, permitindo a rapidez na troca de informações; a facilidade para dispor das informações e controlar dados.
- (B) As redes sociais digitais são apenas uma nova forma de organização social, que reproduzem o que os seres humanos fazem há milênios.
- (C) Para uma organização, redes sociais são formas de fortalecer a identidade da marca e criar um vínculo entre organização e funcionários e entre organizações e clientes.
- (D) O alcance abrangente nas redes sociais digitais só é possível em grandes organizações.
- (E) O LinkedIn é uma rede social profissional destinada e fechada a recrutadores, empresas e organizações.

### QUESTÃO 35

A produção de conteúdo é uma estratégia que tem como objetivo produzir e transmitir conteúdos de valor, ou seja, conteúdos relevantes e consistentes para atrair e reter uma audiência claramente definida.

Com base nesse assunto, assinale a alternativa correspondente à produção de conteúdo relevante para o meio digital.

- (A) Produção de conteúdo é uma tarefa exclusiva do profissional de jornalismo.
- (B) *Marketing* de conteúdo diz respeito aos conteúdos de publicidade e propaganda divulgados nas mídias tradicionais.
- (C) A produção de conteúdo é fixa e não pode ser modificada pelo produtor.
- (D) Conteúdo diz respeito à comunicação escrita, em forma de texto.
- (E) Social media é um cargo recente no meio comunicacional, que surgiu nos últimos dez anos, com o advento das mídias sociais. Este profissional é o principal responsável pela produção de conteúdo digital.

Área livre

### QUESTÃO 36

Acerca das competências necessárias para a produção de conteúdo relevante no meio digital, assinale a alternativa correta.

- (A) As palavras-chaves são geradas automaticamente pelas redes sociais digitais.
- (B) O Google Analytics é o serviço oficial de monitoramento de Marketing Digital do Google. Sua principal função é coletar dados de acesso, comportamento e navegação em sites e aplicativos por meio de códigos de rastreamento e organizar essas informações em relatórios diversificados.
- (C) É possível medir a interação dos internautas de forma qualitativa, mas não de forma quantitativa.
- (D) O Twitter é uma rede social que permite a edição de conteúdo.
- (E) O Facebook é uma rede social que não permite a edição de conteúdo.

### QUESTÃO 37

No que se refere à produção de conteúdo sonoro no meio digital, assinale a alternativa correta.

- (A) Organizações e empresas ainda não possuem *podcasts*, pois é uma atividade exclusiva de cantores.
- (B) Com a cultura *podcaster*, o ouvinte é dependente da indústria fonográfica, sendo obrigado a ouvir aquela programação pensada e formulada para favorecer uma gravadora ou artista.
- (C) Os *podcasts*, em grande maioria, são produzidos em estúdios de rádio.
- (D) O Podcasting transformou a transmissão de conteúdos sonoros no meio digital, afetando diversos setores como o da indústria fonográfica, da publicidade, da radiofonia, da literatura, entre outros.
- (E) Para realizar e divulgar um *podcast*, é preciso se cadastrar como radialista.

### QUESTÃO 38

O gênero jornalístico é definido como a classe de unidades da comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos, potencialmente habilitados para atingir variadas audiências.

Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?lang=pt>>. Acesso em: 24 ago. 2021, com adaptações.

Com base nessa definição, são considerados gêneros jornalísticos

- (A) diversional, informativo, interpretativo, opinativo e publicitário.
- (B) diversional, fotográfico, interpretativo, opinativo e utilitário.
- (C) diversional, informativo, interpretativo, opinativo e utilitário.
- (D) crônica, informativo, interpretativo, opinativo e humorístico.
- (E) informativo, infográfico, interpretativo e entrevista.

### QUESTÃO 39

No campo da comunicação, há uma teoria chamada de Newsmaking, traduzida como “criação de notícias”, que enfatiza a produção de informações a partir dos acontecimentos cotidianos. Considerando essa temática e o estágio inicial da produção de uma matéria, o (a) profissional da comunicação deve

- (A) organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhados de uma forma planejada.
- (B) tornar reconhecidos apenas os acontecimentos notáveis e excepcionais.
- (C) organizar o trabalho apenas temporalmente e priorizando eventos que ocorrem no exterior, visto que aqueles que ocorrem no local onde o leitor vive já são de fácil acesso e não chamam a atenção.
- (D) buscar ser imparcial, mas tentando agradar o maior número possível de leitores, que são considerados os seus clientes.
- (E) procurar veicular apenas fatos que interessam a um pequeno número de pessoas, pois notícias desconhecidas serão mais atraentes.

### QUESTÃO 40

A interatividade não é um conceito novo, surgido com os *smartphones* e a tecnologia *touchscreen*. Muito antes dessa nova revolução tecnológica, já havia teorias da comunicação que descreviam as formas de interação a partir dos meios, como os que permitem pouca interação, porque as mensagens já estão prontas, e os que deixam lacunas para a participação do usuário na construção das mensagens, possibilitando maior interação. Estes dois tipos de meios são chamados de:

- (A) Meios abertos e fechados
- (B) Meios não interativos e semi interativos
- (C) Meios apocalípticos e integrados
- (D) Meios amplos e estreitos
- (E) Meios quentes e frios

### QUESTÃO 41

Suponha que uma notícia muito importante para a categoria dos (as) arquitetos (as) tenha acabado de surgir e, por isso, o Conselho de Arquitetura e Urbanismo se prepara para criar uma publicação impressa e digital a respeito do assunto, ficando com essa responsabilidade uma analista de comunicação. A profissional sabe, contudo, que os textos terão de ser diferentes, porque o meio impresso e o digital oferecem possibilidades distintas. Acerca desse assunto, assinale a alternativa correta.

- (A) O meio impresso tem espaço finito e, por isso, deve seguir a técnica da pirâmide vertical, que consiste em começar pelas informações iniciais resumidas no topo, e seguir com as informações de maior interesse e importância ao final da matéria.
- (B) O meio digital e impresso compartilham a mesma finitude de espaço, com a diferença que o meio digital pode ser atualizado ou até conter *links* para outras páginas.

- (C) O meio digital exige matérias menores porque é consenso que os usuários da *web* não leem textos longos.
- (D) O meio digital possui um espaço basicamente infinito e, portanto, uma arquitetura diferente, não mais piramidal, mas por camadas, em que o hipertexto vai conduzindo o (a) leitor (a)/usuário (a) a novos lugares e fontes, ampliando seu horizonte.
- (E) O meio digital não oferece tantas diferenças do meio impresso, mas tem a vantagem de poder conter vídeos e, por isso, pode conter menos informação escrita.

### QUESTÃO 42

Suponha que o Conselho de Arquitetura e Urbanismo tenha elaborado um manual com instruções acerca do trabalho remoto, que foi enviado para a casa dos seus servidores e dos profissionais com registro no órgão. Após finalizar a diagramação do manual no seu computador, a analista de comunicação o enviou para uma gráfica, que irá criar as matrizes tipográficas diretamente do arquivo digital, garantindo rapidez e qualidade. Esse processo é conhecido como CTP, que quer dizer

- (A) Computer-to-Printer.
- (B) Computer-to-Plate.
- (C) Color-to-Paper.
- (D) Color-to-Print.
- (E) Chapa-Termo-Processada.

### QUESTÃO 43

Em relação aos elementos considerados básicos para a elaboração de um bom projeto de design gráfico, assinale a alternativa correta.

- (A) *Grid*, Composição, Cor, Tipografia
- (B) *Lide*, Imagens, Fonte, Tipografia
- (C) *Grid*, *Links*, Cor, Litografia
- (D) *Brand*, *Briefing*, Cor, Tipografia
- (E) Gradiente, Imagens, Cor, Serifas

### QUESTÃO 44

Com o intuito de criar um selo editorial de obras acadêmicas voltadas para a arquitetura, o Conselho de Arquitetura e Urbanismo pretende elaborar um manual para envio de originais. Ao escrever a parte concernente aos “Elementos da Obra”, o analista de comunicação irá explicar a respeito dos seguintes itens:

- (A) folha de rosto, epígrafe, sumário, anexos, âncoras.
- (B) epígrafe, caligrafia, anexos, agradecimentos, folha de rosto.
- (C) folha de rosto, dedicatória, sumário, introdução, anexos.
- (D) folha de rosto, prefácio, glossário, grêmório, sumário
- (E) glossário, prefácio, prenúncio, anexos, conclusão.

Área livre

## QUESTÃO 45

Sabendo que a resolução das imagens tem grande impacto no resultado do projeto impresso, o analista responsável por um cartaz do Conselho de Arquitetura e Urbanismo foi instruído pela chefe a salvar o projeto em 300, porém sem especificar a unidade. Assinale a alternativa correspondente à unidade utilizada para a resolução de projetos gráficos.

- (A) dpp (dots per pixel – pontos por pixel)
- (B) ppi (pixels per inch – pixels por polegada)
- (C) cm (centímetros)
- (D) dpb (dots per bitmap – pontos por bitmap)
- (E) dpi (dots per inch – pontos por polegada)

## QUESTÃO 46

A estratégia que busca criar laços duradouros para atrair potenciais clientes, por meio do compartilhamento de conteúdo específico para um segmento específico, denomina-se

- (A) outdoor marketing.
- (B) inbound marketing.
- (C) personal content strategy.
- (D) direct mail.
- (E) lead.

## QUESTÃO 47

Nas estratégias de *marketing* de conteúdo, não se trata de dizer ao cliente que ele precisa do seu produto, mas de convencê-lo de tal. No que se refere a esse assunto, a estratégia consiste em disponibilizar materiais que possam ser úteis a um público específico, buscando engajá-los e transformá-los em potenciais clientes, que também são denominados

- (A) players.
- (B) users.
- (C) newbies.
- (D) leads.
- (E) clients.

## QUESTÃO 48

Investir em um público pequeno é uma estratégia de *marketing* que tem suas vantagens. Contudo, para isso, você tem que saber para quem direcionar seu conteúdo, traçando um perfil fictício desta base de clientes em potencial respondendo as seguintes questões: quem são eles? Quais são suas necessidades? Quais os problemas mais comuns que eles enfrentam? Do que gostam? Onde vivem? Esse perfil define a ferramenta de segmentação de mercado que é denominada

- (A) Profile
- (B) Rosto
- (C) Anamnese
- (D) Bio
- (E) Persona

Área livre

## QUESTÃO 49

Na organização de uma mesa para a comemoração do aniversário do Conselho de Arquitetura e Urbanismo, em que estarão presentes 7 conselheiros e conselheiras, entre federais e estaduais, titulares e suplentes, a comissão organizadora deve utilizar o bom senso para dispor

- (A) as autoridades de forma crescente da esquerda para a direita.
- (B) as autoridades de forma decrescente da esquerda para a direita.
- (C) a maior autoridade no centro, alternando as demais de forma decrescente.
- (D) a maior autoridade no canto esquerdo, com destaque e próxima às bandeiras.
- (E) as autoridades por ordem alfabética, independentemente do seu grau de importância.

## QUESTÃO 50

Na teoria de gestão de serviços, há um importante conceito que descreve a sensação de prazer ou de desapontamento, por parte de quem compra, que surge da comparação, pelo cliente ou usuário, do desempenho percebido de um produto, com as suas demandas e expectativas. Este conceito denomina-se

- (A) fidelização.
- (B) satisfação.
- (C) retorno.
- (D) grau de confiabilidade.
- (E) amor à marca.

Área livre

## PROVA DISCURSIVA

Orientações para a elaboração dos textos da prova discursiva.

- A prova é composta por 2 (duas) questões discursivas.
- A prova deverá ser manuscrita, em letra legível, com caneta esferográfica de tinta preta, fabricada com material transparente.
- As **folhas de texto definitivo** da prova discursiva não poderão ser assinadas, rubricadas e nem conter, em outro local que não o apropriado, nenhuma palavra ou marca que identifique o candidato, sob pena de anulação da prova.
- A detecção de qualquer marca identificadora, no espaço destinado à transcrição de texto definitivo, acarretará anulação da prova do candidato.
- As **folhas de texto definitivo** são os únicos documentos válidos para a avaliação da prova discursiva.
- O candidato receberá 2 (duas) folhas de texto definitivo da **prova discursiva**, sendo uma para cada questão. As folhas de texto definitivo indicarão a qual questão pertencem: **Questão 1** ou **Questão 2**. O candidato deverá observar atentamente a correspondência entre questão e folha de texto definitivo, sob pena de ter a sua questão avaliada negativamente.
- O espaço para rascunho, contido no caderno de provas, é de preenchimento facultativo e não valerá para avaliação da prova discursiva.
- A resposta de cada questão deverá ter extensão mínima de 20 (vinte) linhas e máxima de 30 (trinta) linhas.
- Inicie, impreterivelmente, o seu texto na linha identificada como número 1 na página inicial da folha de texto definitivo.

### QUESTÃO DISCURSIVA - 1

**Leia, com atenção, os textos a seguir.**

Perdeu algum episódio dos programas da RádioPsi? Não tem problema, o *podcast* é uma maneira de receber conteúdo em áudio e vídeo pela internet. O usuário assina os canais desejados e passa a receber, periodicamente, as atualizações. Os arquivos são baixados para o dispositivo (*iPod*, *smartphone*, *tablet* ou computador), automaticamente ou de acordo com as preferências do usuário. Depois, podem ser reproduzidos através do leitor de *podcast* escolhido.

Disponível em: <<https://site.cfp.org.br/multimedia/podcasts/>>. Acesso em: 29 jul. 2021.

Considerando que o texto apresentado está na página referente aos *podcasts* do Conselho Federal de Psicologia e que tem caráter meramente motivador, redija um texto dissertativo e (ou) descritivo com o tema “Planejamento de produção de conteúdo digital para mídia sonora do Conselho de Arquitetura e Urbanismo”. Aborde, necessariamente, os seguintes tópicos:

- a) redação e comunicação organizacional estratégica;
- b) identidade institucional;
- c) integração de colaboradores e de funcionários;
- d) relações entre mídia e conteúdo; e
- e) construção de redes e relacionamentos no ambiente digital.

Área livre

## QUESTÃO DISCURSIVA - 2

Leia, com atenção, os textos a seguir.

A Assessoria de Imprensa do Senado Federal tem um novo *e-mail* para atender as demandas dos profissionais da comunicação.

Para solicitar informações de caráter legislativo, institucional e administrativo, envie mensagem para: [imprensa@senado.leg.br](mailto:imprensa@senado.leg.br).

Ficou mais simples e fácil de guardar. Grave nos seus contatos.

Assessoria de Imprensa  
Senado Federal

Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/assessoria-de-imprensa>>. Acesso em: 18 ago. 2021.

Considerando que o texto apresentado é a descrição da página destinada à assessoria de imprensa do Senado Federal e que tem caráter meramente motivador, redija um texto dissertativo e (ou) descritivo com o tema “Planejamento estratégico da assessoria de imprensa na comunicação organizacional”. Aborde, necessariamente, os seguintes tópicos:

- a) assessoria de imprensa e visibilidade midiática;
- b) planejamento estratégico e comunicação organizacional integrada;
- c) o objetivo do *clipping*;
- d) comunicados oficiais; e
- e) a relação entre repórter e assessor de imprensa.

Área livre

## RASCUNHO

1	
5	
10	
15	
20	
25	
30	

PROVA APLICADA

## RASCUNHO

1	
5	
10	
15	
20	
25	
30	

PROVA APLICADA