

PROCESSO SELETIVO Nº 013/2025
DO SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO DISTRITO FEDERAL – SESC-AR/DF

ANALISTA DE SUPORTE À GESTÃO - COMUNICAÇÃO INTERNA

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

1. Você recebeu do fiscal o seguinte material:
 - a) Este caderno com questões objetivas, sem repetição ou falha.
 - b) **CARTÃO-RESPOSTA** destinado às respostas das questões objetivas formuladas nas provas.
2. Verifique se este material está em ordem e se o seu nome e número de inscrição conferem com os que aparecem no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, notifique **IMEDIATAMENTE** ao fiscal.
3. Após a conferência, o candidato deverá assinar, no espaço próprio do **CARTÃO-RESPOSTA**, a **caneta esferográfica de tinta cor preta ou azul**.
4. No **CARTÃO-RESPOSTA**, a marcação das letras correspondentes às respostas certas deve ser feita cobrindo todo o espaço compreendido, a caneta esferográfica de tinta cor preta ou azul, de forma contínua e densa. A LEITORA ÓTICA é sensível a marcas escuras, portanto, preencha os campos de marcação completamente, sem deixar claros.
5. Tenha muito cuidado com o **CARTÃO-RESPOSTA**, para não o **DOBRAR, AMASSAR ou MANCHAR**. O **CARTÃO-RESPOSTA SOMENTE** poderá ser substituído se, no ato da entrega ao candidato, já estiver danificado.
6. Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas alternativas que só uma responde, adequadamente, ao quesito proposto. Você só deve assinalar **UMA RESPOSTA**, a marcação em mais de uma alternativa anula a questão, **MESMO QUE UMA DAS RESPOSTAS ESTEJA CORRETA**.
7. As questões objetivas são identificadas pelo número que se situa acima de seu enunciado.
8. **SERÁ ELIMINADO** do **CERTAME PÚBLICO** o candidato que:
 - a) Se utilizar, durante a realização das provas, de máquinas e/ou relógios de calcular, bem como de rádios gravadores, headphones, telefones celulares ou fontes de consulta de qualquer espécie;
 - b) Se ausentar da sala em que se realizam as provas levando consigo o **CARTÃO-RESPOSTA**.
9. Reserve os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu **CARTÃO-RESPOSTA**. Os rascunhos e as marcações assinaladas no **CADERNO DE QUESTÕES NÃO SERÃO LEVADOS EM CONTA**.

LÍNGUA PORTUGUESA

1) No período “Conforme a crítica, os recursos não só se mostraram insuficientes como, paradoxalmente, desorganizaram ainda mais o sistema educacional”, assinale a única afirmativa plenamente correta quanto ao funcionamento da coesão e coerência textual:

- a) A conjunção “como” estabelece adição, mas rompe a isotopia argumentativa ao inserir a expressão “paradoxalmente”, o que compromete a progressão temática.
- b) O operador “não só... como” introduz uma relação conclusiva adversativa, e não simplesmente aditiva, dada a presença de “paradoxalmente”.
- c) Há coesão aditiva reforçada por elemento modal contrastivo, sem quebra de coerência, pois o efeito de surpresa está semanticamente legitimado pelo adjetivo “insuficientes”.
- d) O conectivo “como” requer paralelismo sintático estrito, o que é violado pelo advérbio intercalado, tornando a estrutura agramatical.
- e) A partícula “como” exige paralelismo semântico, o que se quebra, pois não há relação de implicação entre “insuficientes” e “desorganizaram”.

2) Assinale a única reescrita que, embora formal e coesa, altera o grau de formalidade e modifica o efeito pragmático da sentença original:

“A secretária informou aos alunos o cancelamento das aulas.”

- a) Aos alunos, a secretária notificou sobre a suspensão das aulas.
- b) O cancelamento das aulas foi comunicado aos alunos pela secretária.
- c) A secretária comunicou aos alunos que as aulas estavam canceladas.
- d) Informou-se, por parte da secretária, que as aulas não ocorreriam.
- e) A secretária deu ciência aos discentes da suspensão letiva.

3) Observe a sequência:

“Não se pode dizer que o discurso, por mais elaborado que fosse, estivesse isento de falhas.”

A reformulação que melhor preserva o valor modal, a construção sintática e a relação concessiva expressa é:

- a) É impossível afirmar que o discurso, mesmo bem elaborado, não tivesse falhas.
- b) Ainda que o discurso fosse articulado, não se pode garantir que estivesse livre de falhas.

c) A despeito da sofisticação do discurso, não se pode afirmar sua completude.

d) Apesar do discurso estar bem elaborado, houve falhas.

e) O discurso, mesmo impecável, não era irrepreensível.

4) Assinale a frase que contém impropriedade de regência nominal conforme a norma culta e os usos estilísticos formais da língua:

- a) O autor manifestou apreço pelos estudos contemporâneos da linguagem.
- b) A norma exige conformidade com os princípios estabelecidos pelo regimento.
- c) A proposta foi elaborada em função das necessidades pedagógicas emergentes.
- d) Houve objeção quanto à possibilidade de que a decisão fosse revista.
- e) A medida foi tomada em atendimento às recomendações da consultoria externa.

5) Leia o trecho a seguir:

“Os projetos não só foram entregues antes do prazo, como também superaram as expectativas.”

Considerando os mecanismos de coesão e a organização lógico-semântica do trecho, assinale a alternativa que melhor descreve o fenômeno coesivo predominante na sequência destacada:

- a) Coordenação sindética com valor aditivo complexo, estruturada por paralelismo oracional regido por uma relação de reforço lógico e semântico.
- b) Coordenação assindética com sentido progressivo, marcada por justaposição semântica e elipse do conectivo adversativo.
- c) Subordinação causal disfarçada em estrutura de coordenação, evidenciada pela inferência do segundo enunciado em relação ao primeiro.
- d) Apóstrofe anafórica com duplicação sintática, responsável pela reiteração de um tópico discursivo em estrutura paralela.
- e) Concatenação paratática não hierarquizada, com supressão do núcleo semântico do primeiro membro da oração composta.

RACIOCÍNIO LÓGICO

6) Considere a proposição composta:

“Se os dados forem íntegros e o processo seguir o protocolo, então a conclusão será válida.”

Sabendo que a conclusão foi inválida, qual inferência é logicamente correta?

- a) Ou os dados não eram íntegros, ou o processo não seguiu o protocolo.

- b) Se os dados forem íntegros, então o processo não seguiu o protocolo.
- c) A conclusão só é inválida se os dados forem corrompidos e o processo falhar.
- d) A validade da conclusão não depende exclusivamente da integridade dos dados.
- e) Nenhuma inferência válida pode ser extraída com base na proposição dada.

7) Leia a argumentação a seguir:

“A maioria das decisões tomadas por gestores autocráticos resultou em eficiência operacional. Portanto, sempre que um gestor adotar um perfil autocrático, é possível prever bons resultados.”

Qual das opções abaixo representa uma crítica logicamente válida à inferência acima?

- a) A generalização feita a partir de um conjunto majoritário não é válida para todos os casos.
- b) O argumento é indutivo forte, mas falha por omissão de variável dependente.
- c) O argumento é válido, mas a conclusão é semanticamente indesejável.
- d) A eficiência operacional invalida a suposição de autocracia como causa.
- e) O argumento está correto, desde que se restrinja à gestão hierárquica tradicional.

8) Considere as proposições:

- Se o sistema for confiável, então ele não trava.
- Se o sistema não for confiável, então ele precisa de ajustes.
- O sistema trava.

Com base nas proposições acima, qual conclusão é logicamente válida?

- a) O sistema não é confiável e precisa de ajustes.
- b) O sistema é confiável, mas ainda assim trava.
- c) O sistema não é confiável, mas pode não necessitar de ajustes.
- d) O sistema não é confiável, e a necessidade de ajustes é possível.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores é logicamente compatível com as proposições.

9) Dada a proposição:

“Se o contrato for irregular, ele será anulado.”

A negação lógica correta é:

- a) O contrato foi irregular e não foi anulado.
- b) O contrato foi regular e foi anulado.
- c) O contrato não foi irregular nem anulado.
- d) O contrato foi anulado por outro motivo.
- e) Nenhuma das anteriores representa a negação formal.

10) Premissas:

- Se o gestor cumpre prazos, então o projeto avança.
- Se o projeto avança, os indicadores sobem.
- Se os indicadores sobem, a diretoria aprova o relatório.
- A diretoria não aprovou o relatório.

Qual das inferências a seguir está logicamente correta?

- a) O projeto não avançou, e o gestor não cumpriu os prazos.
- b) Os indicadores não subiram, mas o gestor pode ter cumprido os prazos.
- c) O relatório foi reprovado por outros motivos, independentes dos indicadores.
- d) A reprovação indica que o projeto foi interrompido.
- e) Não se pode concluir nada com certeza a partir das premissas fornecidas.

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

11) Em relação aos procedimentos de backup, qual das alternativas representa a estratégia mais segura para recuperação em caso de falha simultânea do disco local e do servidor de backup principal?

- a) Backup diferencial salvo em unidade local
- b) Backup incremental salvo na nuvem e local
- c) Backup completo local, incremental diário na nuvem e replicação semanal off-site
- d) Backup espelhado apenas em rede local
- e) Backup em fita com substituição mensal.

12) Um usuário utiliza o Google Documentos para compartilhar uma ata de reunião com os membros de sua equipe. Ele deseja que todos possam adicionar comentários sem alterar o texto original. Qual permissão deve ser atribuída?

- a) Comentador
- b) Editor
- c) Proprietário
- d) Visualizador
- e) Convidado

13) Um professor utiliza o Google Sala de Aula para aplicar uma atividade avaliativa com prazo de entrega e deseja garantir que:

Cada aluno trabalhe em um documento próprio, derivado de um modelo;

Os documentos possam ser monitorados individualmente em tempo real;

A entrega seja registrada automaticamente na plataforma ao final da edição.

Considerando os recursos disponíveis no Google Sala de Aula, a configuração correta a ser adotada é:

- a) Publicar um material com permissões de "Visualizador", solicitando que os alunos criem uma cópia manual e compartilhem com o professor.
- b) Criar uma "Tarefa de Pergunta" com o arquivo anexado em modo de edição colaborativa entre os alunos.
- c) Compartilhar o arquivo via Google Drive e solicitar a submissão por e-mail, desativando a entrega pela plataforma.
- d) Criar uma "Tarefa" anexando o arquivo modelo com a opção "Fazer uma cópia para cada aluno" e configurar a data de entrega.
- e) Postar o link do arquivo em modo de comentário no Stream e solicitar que os alunos modifiquem e renomeiem o arquivo antes da entrega.

14) No ambiente Windows, o atalho Ctrl + Shift + Esc é utilizado para:

- a) Abrir o Gerenciador de Tarefas diretamente
- b) Alternar entre áreas de trabalho
- c) Abrir o menu iniciar diretamente
- d) Forçar reinicialização do sistema
- e) Minimizar todas as janelas abertas

15) Ao instalar um novo navegador, o usuário percebe que ao clicar em links, arquivos executáveis são baixados automaticamente sem confirmação. Isso pode indicar:

- a) Proxy configurado incorretamente
- b) Configuração de segurança comprometida ou malware instalado
- c) Navegador desatualizado
- d) Antivírus bloqueando páginas seguras
- e) Driver de rede mal instalado

CONHECIMENTOS GERAIS DO SESC

16) De acordo com sua visão institucional, o Sesc busca:

- a) Ser uma entidade de referência nacional no fortalecimento das relações sociais e do desenvolvimento educacional coletivo.
- b) Consolidar-se como um agente de transformação social por meio da promoção do bem-estar, da cultura e da qualidade de vida.
- c) Atuar como órgão complementar às políticas públicas de assistência e educação, com foco em públicos prioritários.
- d) Tornar-se reconhecido como provedor de soluções sociais e educacionais para o setor produtivo nacional.
- e) Exercer liderança no atendimento de demandas emergenciais por meio de inovação e parcerias institucionais.

17) O Sesc tem como objetivo primordial:

- a) Criar condições para o desenvolvimento pessoal e coletivo por meio da educação, da cultura, do lazer e da saúde.
- b) Estimular a transformação do trabalhador em sujeito ativo no mercado por meio da qualificação social.
- c) Fomentar, de forma complementar, ações públicas de bem-estar, com vistas à produtividade e ao civismo.
- d) Garantir que os trabalhadores do comércio tenham acesso prioritário aos serviços essenciais da instituição.
- e) Contribuir para a consolidação de uma sociedade mais justa por meio do fortalecimento institucional do setor terciário.

18) Sobre o público atendido pelo Sesc, é correto afirmar que:

- a) Embora tenha como foco os trabalhadores do comércio e seus dependentes, o Sesc também oferece ações abertas ao público em geral, conforme critérios institucionais.
- b) A atuação do Sesc limita-se ao atendimento de públicos que mantenham vínculo formal com empresas do setor terciário.
- c) O acesso aos serviços do Sesc está condicionado à filiação sindical e à comprovação de vínculo empregatício.
- d) A prioridade do Sesc é atender grupos vulneráveis de baixa renda com ou sem vínculo com o comércio.
- e) A política de atendimento do Sesc considera exclusivamente a população economicamente ativa e dependente legal.

19) O Sesc realiza ações em comunidades carentes por meio de:

- a) Convênios com ONGs e associações comunitárias para execução de políticas públicas de base territorial.
- b) Parcerias com órgãos públicos locais voltados à assistência social e aos direitos humanos.
- c) Núcleos de inclusão social fixos coordenados por sindicatos patronais e operários do comércio.
- d) Unidades escolares temporárias em zonas urbanas periféricas com alta densidade populacional.
- e) Estruturas móveis especializadas e projetos integrados de ação social, articulados com as unidades regionais.

20) O Sesc é mantido financeiramente, de acordo com sua estrutura institucional, principalmente por meio de:

- a) Contribuições facultativas de empresas do setor terciário, organizadas em consórcios vinculados aos sindicatos patronais.

- b) Recursos vinculados ao orçamento da União, destinados à execução de programas sociais de interesse coletivo.
- c) Contribuição social de natureza compulsória, incidente sobre a folha de pagamento das empresas do comércio e repassada via Sistema S.
- d) Parcerias estratégicas com o Ministério da Cidadania e demais órgãos de proteção social vinculados ao governo federal.
- e) Repasse de verbas provenientes do Imposto sobre Serviços (ISS), conforme legislação municipal específica.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

21) Ao estruturar um plano de comunicação interna para mitigar a resistência dos colaboradores frente à adoção de uma nova diretriz institucional, o Analista de Suporte à Gestão deve considerar os diferentes níveis de adesão simbólica, os fluxos comunicacionais e os valores organizacionais. Dentre as abordagens abaixo, qual apresenta a ação mais aderente aos fundamentos da comunicação estratégica interna contemporânea?

- a) Desenvolver narrativas customizadas baseadas em valores organizacionais, utilizando linguagem institucional e validação exclusiva da alta gestão.
- b) Promover alinhamento comunicacional com todos os setores, via canais transversais digitais, priorizando agilidade e descentralização do conteúdo.
- c) Mapear os públicos internos e suas redes informais de influência, elaborando mensagens segmentadas que articulem escuta ativa e valores da cultura organizacional.
- d) Adotar uma abordagem top-down respaldada por dados de KPIs anteriores, garantindo uniformidade e previsibilidade na implementação comunicacional.
- e) Realizar campanhas de endomarketing com foco na valorização simbólica do colaborador e uso de linguagem emocional e motivacional genérica.

22) Uma organização enfrenta um problema recorrente de dissonância entre sua imagem institucional projetada ao público externo e a percepção que os colaboradores têm sobre seus valores e práticas internas. Considerando os princípios da comunicação organizacional integrada, qual estratégia oferece maior potencial de coerência simbólica e eficácia relacional?

- a) Centralizar o discurso institucional e mercadológico em um núcleo unificado de branding, com validação da alta gestão e replicação da narrativa para o público interno.
- b) Estruturar núcleos narrativos distintos para públicos interno e externo, preservando a coerência da marca, mas adaptando linguagem, canais e formato a cada audiência.

- c) Priorizar a comunicação institucional como vetor de unidade simbólica, articulando-se ocasionalmente com as áreas de marketing e endomarketing para evitar redundâncias e sobreposição discursiva.
- d) Submeter as estratégias de comunicação interna aos parâmetros de reputação definidos para a comunicação mercadológica, assegurando alinhamento técnico-operacional e discurso convergente.
- e) Integrar os sistemas de comunicação interna, institucional e mercadológica por meio de matriz narrativa consistente, respeitando especificidades de linguagem, intencionalidade e canais por público.

23) Em um diagnóstico situacional de comunicação organizacional, foi identificado que os colaboradores demonstram desconhecimento sobre decisões estratégicas e se mostram apáticos frente às ações institucionais. Dentre as abordagens abaixo, qual representa a ação mais aderente aos preceitos da comunicação interna estratégica contemporânea?

- a) Produzir boletins digitais com linguagem objetiva e periódica para manter os colaboradores informados sobre os desdobramentos institucionais.
- b) Priorizar canais de comunicação ascendentes, para que os colaboradores se sintam ouvidos, mesmo sem acesso a informações estratégicas.
- c) Articular canais bidirecionais com estratégias de retroalimentação, envolvendo os públicos internos na construção narrativa das decisões institucionais.
- d) Implementar campanhas internas com foco motivacional e reconhecimento simbólico, mesmo com pouca participação do colaborador no processo decisório.
- e) Redefinir o layout da intranet institucional para tornar a comunicação mais acessível, ainda que sem mudança no conteúdo transmitido.

24) No contexto da comunicação interna com foco em cultura organizacional, a articulação entre comunicação formal e informal se torna central. Em uma organização em transformação cultural, a estratégia mais indicada é:

- a) Reconhecer a coexistência entre os dois fluxos, utilizando os canais informais como termômetros da cultura e suporte à narrativa institucional formalizada.
- b) Fortalecer os canais formais e suprimir os informais para evitar desvio do discurso institucional.
- c) Usar os canais informais como alternativa principal de engajamento, por sua natureza horizontal e espontânea.
- d) Reformular a política de comunicação interna, limitando o uso de redes sociais internas e aplicativos para comunicação organizacional.

e) Formalizar todos os processos de comunicação interna e exigir o uso exclusivo de canais oficiais para padronização discursiva.

25) Ao elaborar o plano de cobertura comunicacional de um evento institucional de grande porte, o Analista precisa considerar os diferentes públicos e a coerência entre os discursos interno e externo. Com base nas boas práticas da comunicação integrada, qual ação representa a estratégia mais precisa?

a) Planejar ações distintas de divulgação para públicos internos e externos, priorizando formatos adequados e conteúdos diferentes para cada segmento.

b) Integrar os canais digitais internos e externos com mensagens publicitárias, valorizando o impacto visual e emocional nos dois públicos.

c) Reforçar os aspectos motivacionais para o público interno e manter a objetividade institucional para os públicos externos.

d) Criar um eixo narrativo unificado, ajustado aos públicos e canais, garantindo coerência sem perder a especificidade das mensagens.

e) Focar em ações externas e permitir que os públicos internos acessem os mesmos conteúdos de forma espontânea, via mídias sociais.

26) Um Analista recebe a tarefa de revisar os fluxos comunicacionais de uma organização marcada por informalidade excessiva e circulação de boatos. Considerando a teoria dos fluxos e os desafios contemporâneos da comunicação interna, a medida mais eficaz é:

a) Reforçar as campanhas institucionais periódicas para diluir o impacto das mensagens informais.

b) Reduzir os canais de comunicação horizontal e estimular a via vertical para manter o controle institucional.

c) Estabelecer mecanismos formais de escuta e alinhamento, reconhecendo os fluxos informais e neutralizando sua distorção com comunicação proativa e transparente.

d) Criar um manual de conduta comunicacional com diretrizes rígidas e punições para divulgação de informações informais.

e) Estimular líderes informais a participarem de campanhas internas, sem necessidade de revisar os fluxos.

27) Durante a elaboração de um plano de comunicação interna voltado à implantação de um novo modelo de gestão participativa, o Analista decide iniciar o mapeamento dos públicos internos. Qual das abordagens

abaixo oferece maior potencial estratégico para sustentar um plano eficaz?

a) Segmentar os públicos por área funcional, idade e grau de instrução, a fim de calibrar o discurso de forma demográfica.

b) Classificar os públicos com base no tipo de vínculo empregatício e no tempo de serviço, garantindo adequação à linguagem organizacional.

c) Identificar os grupos segundo sua influência informal, poder de decisão e aderência simbólica à cultura institucional.

d) Construir personas comunicacionais a partir de dados de produtividade e engajamento em campanhas anteriores.

e) Priorizar a divisão entre setores administrativos e operacionais, com foco em padronização dos canais de mensagem.

28) No processo de definição de objetivos comunicacionais, o Analista de Comunicação Interna busca alinhar as metas da campanha aos resultados institucionais esperados. Considerando a função estratégica da comunicação, qual prática é mais aderente aos princípios da mensuração eficaz?

a) Estabelecer metas específicas, mensuráveis e alinhadas ao planejamento estratégico da organização, com indicadores de impacto real.

b) Formular objetivos amplos que permitam flexibilidade de abordagem durante a execução da campanha.

c) Traduzir os objetivos da campanha em indicadores subjetivos de clima e percepção, coletados ao fim das ações.

d) Focar nos objetivos operacionais (ex: número de peças produzidas) para facilitar o monitoramento ao longo do cronograma.

e) Reduzir os objetivos à lógica de engajamento digital, facilitando a visualização dos resultados por meio de KPIs de alcance.

29) Durante a execução de um plano de comunicação interna para reforçar o novo posicionamento institucional, o Analista precisa lidar com resistências culturais não previstas. Qual alternativa expressa a resposta mais estratégica?

a) Reforçar a campanha existente com ações motivacionais e reforço simbólico, mantendo o cronograma original.

b) Reorganizar o conteúdo da campanha com base nas objeções recebidas, buscando ajustar a linguagem às percepções dos colaboradores.

- c) Reavaliar os fluxos de sentido da campanha, integrar escuta ativa e reconfigurar narrativas com base nas manifestações culturais internas.
- d) Solicitar apoio da alta gestão para intensificar a adesão dos públicos internos, por meio de comunicados institucionais.
- e) Realocar os esforços comunicacionais para os públicos neutros, evitando confronto com os grupos resistentes.

30) Em uma campanha de alinhamento estratégico, o Analista opta por acompanhar a evolução do engajamento com base em indicadores. Qual par de indicadores oferece maior validade para avaliar impacto estratégico real?

- a) Taxa de leitura de comunicados e tempo médio de permanência em página institucional.
- b) Taxa de retenção de mensagens-chave em sondagens qualitativas e variação na autopercepção de pertencimento dos colaboradores.
- c) Volume de visualizações de vídeos institucionais e crescimento no número de seguidores nos canais internos.
- d) Frequência de acesso à intranet e número de participantes em eventos presenciais.
- e) Taxa de abertura de e-mails internos e curtidas em campanhas de redes corporativas.

31) Ao revisar o cronograma de uma campanha interna anual, o Analista decide redistribuir as ações para garantir maior conexão com os marcos institucionais. Qual estratégia está mais alinhada ao planejamento estratégico de comunicação?

- a) Realizar campanhas de forma contínua, com reforços mensais padronizados para manter constância.
- b) Ajustar o cronograma às datas comemorativas gerais, como forma de alinhar com o calendário externo.
- c) Submeter o cronograma ao setor de RH para combinar ações com os treinamentos previstos.
- d) Ancorar os principais marcos da campanha aos ciclos decisórios e eventos estratégicos da organização.
- e) Garantir que o cronograma coincida com os períodos de maior disponibilidade das equipes operacionais.

32) Durante a construção de uma matriz de canais para uma campanha de comunicação interna, o Analista busca otimizar o alcance e a profundidade do discurso. Qual critério deve prevalecer na escolha e combinação dos canais?

- a) Volume de audiência por canal e custo de produção dos conteúdos.
- b) Frequência de uso pelos públicos internos e compatibilidade com os dispositivos disponíveis.

- c) Potencial de cada canal para gerar compreensão, diálogo e engajamento, conforme o perfil de cada público.
- d) Grau de formalidade e tempo disponível para consumo de conteúdo em cada setor.
- e) Popularidade histórica dos canais e feedbacks anteriores em ações semelhantes.

33) Ao implantar uma nova intranet em uma instituição com perfis diversos de colaboradores, o Analista de Comunicação Interna é chamado a propor critérios de avaliação de sua efetividade como canal estratégico. Qual combinação representa o conjunto de critérios mais alinhado aos fundamentos da comunicação organizacional contemporânea?

- a) Usabilidade da interface, taxa de login por usuário e número de acessos únicos por setor.
- b) Frequência de acesso, variedade de formatos de conteúdo e alinhamento com a identidade institucional.
- c) Tempo médio de permanência, número de cliques por usuário e presença de conteúdo audiovisual.
- d) Volume de atualizações, visibilidade do conteúdo institucional e integração com redes externas.
- e) Capacidade de gerar diálogo com públicos internos, aderência ao fluxo de trabalho e suporte à cultura organizacional.

34) Uma organização deseja avaliar a efetividade da TV corporativa instalada em áreas comuns. Considerando os princípios da comunicação interna dialógica e a gestão de sentidos, qual ação representa um uso estratégico desse canal?

- a) Transmitir vídeos informativos produzidos pelo setor de comunicação, atualizados quinzenalmente, com foco em resultados institucionais.
- b) Exibir conteúdos integrados às campanhas internas, com linguagem visual adaptada ao ambiente e com feedback estruturado por QR codes ou canais digitais.
- c) Programar boletins diários com informes da alta direção, intercalados por mensagens motivacionais padronizadas.
- d) Utilizar a TV para reforçar os valores institucionais por meio de depoimentos gravados dos líderes setoriais.
- e) Divulgar comunicados operacionais em formato de texto corrido com legenda em todas as transmissões.

35) Ao elaborar uma matriz de canais para uma campanha interna sobre ética organizacional, o Analista considera os seguintes elementos: diversidade de públicos, sensibilidade do tema e necessidade de engajamento contínuo. Qual estratégia é mais adequada a esse cenário?

- a) Enviar boletins semanais via e-mail corporativo com relatos de casos reais, promovendo a reflexão ética.
- b) Utilizar a intranet para divulgar normativos atualizados, com reforço por banners e chamadas visuais.
- c) Integrar múltiplos canais (e-mails, intranet, encontros presenciais e vídeos), com conteúdos ajustados por perfil e espaço para interação e escuta ativa.
- d) Priorizar reuniões presenciais com lideranças, apoiadas por material impresso para distribuição ampla.
- e) Implementar uma plataforma online dedicada ao tema, com acesso irrestrito aos colaboradores.

36) Ao propor a reformulação da política de newsletters internas, o Analista precisa equilibrar engajamento, segmentação e relevância. Considerando práticas avançadas de comunicação interna, qual decisão representa maior aderência à lógica contemporânea de curadoria de conteúdo?

- a) Definir um layout padrão com linguagem institucional e envio quinzenal para todos os setores.
- b) Reduzir o volume de informação por edição e incorporar seções fixas com conteúdos produzidos pelos setores.
- c) Aumentar a periodicidade para reforçar a lembrança da marca institucional, mesmo com conteúdo repetido.
- d) Personalizar os envios com base em perfis informacionais e ciclos de interesse, utilizando dados de engajamento anteriores como base.
- e) Reunir todas as comunicações da organização em um boletim único semanal, priorizando eficiência de envio.

37) Uma campanha de endomarketing busca reforçar o sentimento de pertencimento entre equipes híbridas. Considerando os limites dos canais tradicionais, qual alternativa representa a ação mais eficaz e aderente à lógica simbólica da comunicação organizacional?

- a) Realizar uma série de lives motivacionais transmitidas pela intranet, com depoimentos da alta liderança.
- b) Lançar uma newsletter especial com histórias inspiradoras de colaboradores, enviadas por e-mail.
- c) Criar murais físicos e digitais com frases de valorização e imagens da equipe em suas rotinas.
- d) Desenvolver uma narrativa central que articule diferentes canais (eventos, vídeos, newsletters e apps) e inclua mecanismos de coautoria e escuta distribuída.
- e) Produzir uma campanha audiovisual institucional com linguagem emocional e distribuição uniforme nos canais internos.

38) Ao revisar a política de uso dos e-mails corporativos em uma organização que enfrenta alta taxa de insatisfação interna com a comunicação, o Analista de

Comunicação propõe ajustes. Considerando os desafios contemporâneos de sobrecarga informacional e engajamento, qual proposta é mais estratégica?

- a) Adotar regras rígidas de envio, limitando o número de mensagens por setor e exigindo aprovação prévia da comunicação.
- b) Estimular o envio de e-mails por todas as áreas para descentralizar o fluxo e ampliar o acesso à informação.
- c) Criar templates padronizados para reduzir o tempo de leitura e manter uniformidade institucional.
- d) Redefinir os fluxos de e-mail com base em priorização temática, segmentação de públicos e integração com outros canais complementares.
- e) Substituir progressivamente os e-mails por aplicativos de mensagens corporativas com maior instantaneidade.

39) Uma organização inicia um ciclo de ações de endomarketing após resultados insatisfatórios em sua última pesquisa de clima. O Analista propõe que as ações sejam articuladas com a cultura organizacional e não se limitem a estímulos motivacionais pontuais. Qual abordagem expressa melhor essa orientação estratégica?

- a) Utilizar narrativas institucionais alinhadas à missão da organização em peças motivacionais padronizadas.
- b) Reforçar os pilares da cultura formal por meio de campanhas periódicas de reconhecimento de desempenho.
- c) Associar as ações de endomarketing aos indicadores da pesquisa de clima e integrá-las aos canais oficiais de comunicação.
- d) Desenvolver ações simbólicas coerentes com os valores organizacionais praticados, com participação ativa dos colaboradores e coerência narrativa transversal.
- e) Planejar eventos internos com foco em integração, baseando-se em datas comemorativas e histórico de adesão.

40) Durante a análise de uma campanha de endomarketing que gerou alto engajamento inicial, o Analista observou que os efeitos não se sustentaram nas semanas seguintes. Considerando os fundamentos da comunicação estratégica, qual medida representa a ação mais coerente?

- a) Integrar a campanha a um plano contínuo de comunicação de cultura, com ações simbólicas interativas e processos de escuta institucionalizada.
- b) Reaplicar a campanha em ciclos curtos com novas peças visuais, mantendo o mesmo conceito central.
- c) Ampliar o alcance da campanha utilizando canais digitais com maior taxa de visualização.

d) Converter a campanha em uma série institucional periódica com linguagem padronizada.

e) Substituir o tema por um conteúdo mais aderente ao planejamento estratégico e redesenhar a abordagem estética.

41) Em um ambiente organizacional marcado por informalidade excessiva, rotatividade e ausência de feedback estruturado, o Analista propõe uma estratégia de fortalecimento do clima organizacional por meio da comunicação interna. Qual ação apresenta maior densidade simbólica e estratégica?

a) Implantar um boletim quinzenal com informações da alta gestão e atualizações institucionais.

b) Criar espaços fixos nos canais internos para mensagens de agradecimento e parabenização por resultados.

c) Estruturar uma narrativa contínua de valorização, integrando escuta ativa, participação horizontal e reforço simbólico em todos os níveis.

d) Estabelecer metas de engajamento comunicacional a partir de métricas de leitura e compartilhamento.

e) Formalizar um calendário anual de ações de endomarketing alinhado a datas comemorativas nacionais.

42) Ao elaborar uma campanha institucional sobre valores organizacionais, o Analista percebe que há múltiplas interpretações sobre os conceitos de "respeito" e "colaboração" entre os setores. Qual ação representa a abordagem mais madura e aderente à comunicação interna estratégica?

a) Produzir vídeos com representantes da alta gestão explicando cada valor com exemplos do cotidiano.

b) Promover oficinas interativas com diferentes áreas, construindo coletivamente significados e práticas associadas aos valores, para posterior disseminação integrada nos canais.

c) Incluir definições formais e objetivos comportamentais nos materiais de campanha, padronizando a compreensão.

d) Aplicar uma pesquisa interna para identificar a compreensão atual dos valores, antes de comunicar oficialmente.

e) Reformular os valores institucionais com base nos resultados da campanha anterior e validá-los com a liderança.

43) O clima organizacional em uma instituição revela baixa percepção de reconhecimento simbólico entre os colaboradores. O Analista propõe intervenções com foco na valorização. Qual ação estaria mais alinhada à lógica de cultura organizacional participativa?

a) Criar um canal de elogios digitais onde os colaboradores podem parabenizar colegas de forma espontânea.

b) Estabelecer um ranking mensal de produtividade por setor, premiando os melhores desempenhos.

c) Enviar mensagens motivacionais personalizadas nos aniversários e datas comemorativas.

d) Implementar rituais comunicacionais de reconhecimento vinculados a práticas culturais existentes, com protagonismo dos colaboradores e legitimidade simbólica.

e) Promover lives mensais com depoimentos de líderes setoriais reconhecendo os talentos das equipes.

44) Durante a avaliação do impacto de uma ação de endomarketing focada em reconhecimento, o Analista observa que a ação teve boa adesão, mas gerou percepção de favoritismo em parte da equipe. Qual estratégia de reformulação melhor responde a esse problema do ponto de vista simbólico e de gestão da cultura?

a) Ampliar os critérios objetivos de reconhecimento e divulgar previamente as regras de participação.

b) Aplicar uma pesquisa de percepção sobre justiça organizacional para calibrar a próxima campanha.

c) Redesenhar a ação com base em valores culturais compartilhados, promovendo práticas de reconhecimento horizontal e legitimadas pelos pares.

d) Transferir a gestão da campanha para o setor de Recursos Humanos, garantindo imparcialidade no processo.

e) Criar um painel com métricas de desempenho por setor, estimulando transparência e meritocracia.

45) Durante um processo de transição institucional marcado por incertezas, o Analista de Comunicação observa aumento de ruídos e disputas de sentido nas mensagens circulantes. Qual conduta é mais aderente à comunicação estratégica contemporânea em contextos de instabilidade?

a) Ampliar os comunicados institucionais formais com tom neutro e reforçar a imagem da liderança para garantir unidade discursiva.

b) Mapear os fluxos simbólicos de comunicação informal e ajustar a narrativa oficial com base na escuta ativa e nos sentidos em disputa.

c) Reforçar os valores institucionais por meio de campanhas visuais motivacionais nos canais de maior alcance.

d) Direcionar todas as comunicações a partir de um comitê central de crise, com validação prévia da alta gestão.

e) Substituir os canais horizontais por fluxos verticais coordenados, visando controle da mensagem.

46) Durante uma crise organizacional com impactos no clima interno, o Analista deve construir uma estratégia de comunicação que:

- a) Priorize consistência no discurso oficial, evitando multiplicidade de fontes e interpretações.
- b) Reforce os canais de endomarketing com foco em pertencimento e positividade institucional.
- c) Estabeleça ações narrativas multicanal que integrem escuta, reconhecimento de tensões e mediação simbólica das rupturas vivenciadas.
- d) Centralize a produção de conteúdo na alta liderança, reduzindo o risco de mensagens contraditórias.
- e) Substitua as ações interativas por comunicados informativos contínuos com foco em fatos verificados.

47) Um processo de mudança estrutural está gerando reações emocionais difusas entre os colaboradores. O Analista de Comunicação propõe uma abordagem integrada. Qual estratégia é mais alinhada à literatura contemporânea?

- a) Desenvolver uma linha de comunicação relacional que articule razão e emoção, valida as reações coletivas e promova sentido institucional compartilhado.
- b) Reforçar os canais internos com atualizações periódicas e conteúdo técnico validado por todas as áreas.
- c) Realizar campanhas focadas em adaptação e superação, com linguagem emocional positiva e incentivo ao engajamento.
- d) Utilizar depoimentos de colaboradores engajados para reforçar os benefícios da mudança organizacional.
- e) Diminuir o volume de mensagens para evitar sobrecarga emocional em momento de instabilidade.

48) Em um cenário de conflito entre duas áreas estratégicas, o Analista de Comunicação é acionado. Qual postura representa a ação mais adequada em termos de governança simbólica?

- a) Reunir os gestores de ambas as áreas para produção de um comunicado conjunto com foco em alinhamento institucional.
- b) Identificar os campos discursivos em disputa, mapear os atores simbólicos relevantes e mediar uma estratégia comunicacional que trate o conflito como fenômeno relacional e cultural.
- c) Criar uma narrativa unificada com foco em valores corporativos, sem menção direta ao conflito.
- d) Priorizar a neutralidade do discurso e restringir manifestações públicas internas enquanto durar o conflito.

e) Estruturar um canal exclusivo para comunicações técnicas validadas pelas chefias, evitando exposição das áreas envolvidas.

49) Após uma demissão coletiva, circulam boatos que afetam o clima institucional. O Analista propõe uma resposta comunicacional que:

- a) Use linguagem técnica para detalhar os motivos e justificar a decisão, reforçando a transparência do processo.
- b) Reconheça o impacto simbólico da ruptura, articule mensagens institucionais com escuta ativa e ofereça espaços de elaboração coletiva sobre o momento vivido.
- c) Realize campanha interna com foco na resiliência e nos próximos passos da organização, evitando revisitar o tema da crise.
- d) Estimule os líderes a reforçarem as mensagens institucionais de estabilidade e continuidade.
- e) Produza materiais explicativos com perguntas e respostas para padronizar o entendimento interno.

50) Após o anúncio de uma mudança na política de avaliação de desempenho, surgem tensões internas e desinformação entre setores. Considerando a comunicação como mediação simbólica em momentos críticos, qual resposta comunicacional é mais adequada?

- a) Promover uma live com a área de Recursos Humanos para apresentar os novos critérios de forma detalhada e objetiva.
- b) Produzir uma cartilha institucional com perguntas e respostas sobre a nova política, distribuída nos canais internos.
- c) Construir uma narrativa dialógica por meio de ações multicanal, que envolvam escuta ativa, participação setorial e legitimação simbólica do processo.
- d) Padronizar os comunicados com foco técnico e linguagem neutra, priorizando a estabilidade discursiva.
- e) Centralizar a comunicação nas chefias imediatas, com envio de mensagens previamente validadas pela diretoria.

Boa Prova.