LÍNGUA PORTUGUESA

INSTRUÇÃO: Leia o texto a seguir para responder as questões de **01 a 05.**

Transformando a Comunicação: O Impacto da Inteligência Artificial na Era Digital.

Em 2025, a inteligência artificial (IA) se tornou uma força transformadora na comunicação, mudando a forma como as pessoas interagem, se informam e se conectam. Assistentes virtuais e algoritmos de personalização estão moldando a comunicação entre empresas, governos e indivíduos, tornando-a mais eficiente, precisa e interativa por meio da automação e análise de dados. Embora as inovações em IA tragam muitos benefícios, também há desafios significativos. A automação da comunicação pode gerar uma sensação de desconexão, especialmente quando interações humanas são substituídas por máquinas. Além disso, a privacidade e a segurança dos dados são questões fundamentais, já que os algoritmos de IA coletam e processam grandes quantidades de informações pessoais.Há também a preocupação com a disseminação de desinformação, especialmente com a capacidade da IA de gerar conteúdo convincente de forma automática, como notícias falsas e deepfakes. A sociedade precisará desenvolver regulamentos claros e garantir a transparência nas plataformas de IA para que essas tecnologias sejam usadas de forma ética e responsável.

A IA é a capacidade das máquinas de aprender, tomar decisões e processar linguagem natural. Na comunicação, ela é usada em chatbots, assistentes virtuais, análise de sentimentos, tradução automática e criação de conteúdo, tornando as interações mais rápidas e personalizadas.

Transformações da Comunicação com IA:

- **Chatbots e assistentes virtuais** oferecem atendimento 24/7, compreendendo melhor a linguagem humana e otimizando o suporte ao cliente.
- **Personalização de conteúdo** por IA permite que plataformas como YouTube e Netflix recomendem produtos e informações com base em preferências do usuário.
- **Análise de sentimentos** ajuda empresas e governos a entenderem emoções e opiniões públicas, ajustando suas estratégias de forma mais empática.
- **Tradução automática** facilita a comunicação entre diferentes idiomas, quebrando barreiras linguísticas e promovendo interações globais.
- **Criação de conteúdo automatizada** permite que a IA produza textos otimizados com rapidez, apoiando jornalistas e profissionais de marketing.
- **Realidade aumentada e virtual** oferecem experiências imersivas para marketing, ensino e entretenimento, tornando a comunicação mais envolvente.

A IA pode analisar grandes quantidades de dados e criar textos que são otimizados para SEO, engajamento e relevância, permitindo que as empresas mantenham uma presença constante na internet com conteúdo de alta qualidade. Embora a criação de conteúdo automatizada não substitua completamente os humanos, ela complementa o trabalho dos escritores, proporcionando mais agilidade e capacidade de produção.
Apesar dos avanços, há desafios éticos como a privacidade de dados, desinformação e a desumanização das interações. A sociedade precisa regulamentar e usar a IA de forma ética e transparente. Em resumo, a IA está moldando uma comunicação digital mais eficiente e acessível, mas seu uso responsável é essencial para garantir benefícios coletivos.

Disponível em: https://relacoesdigitais.com.br/transformando-a-comunicacao-o-impacto-da-inteligencia-artificial-na-era-digital//. Acesso em: 08 de setembro de 2025 (adaptado).

QUESTÃO 01

Com base no texto, qual é o **PRINCIPAL** paradoxo apresentado em relação ao uso da inteligência artificial na comunicação?

A) A IA oferece soluções inovadoras, mas ainda não consegue substituir os humanos em tarefas simples de interação.
B) A IA melhora a comunicação, mas ao mesmo tempo pode gerar afastamento entre as pessoas e riscos sociais.
C) A IA acelera o acesso à informação, mas ainda depende fortemente de tradutores humanos em interações globais.
D) A IA permite personalização do conteúdo, mas não é eficaz na coleta e processamento de grandes volumes de dados.

QUESTÃO 02

Qual **RECURSO** o autor utiliza para reforçar a credibilidade e a amplitude das aplicações da IA na comunicação?

A) A inclusão de dados estatísticos e comparações históricas sobre o avanço da tecnologia.
B) A utilização de depoimentos de especialistas e estudos de caso de empresas de tecnologia.
C) A enumeração detalhada de exemplos concretos em diferentes áreas da comunicação digital.
D) A descrição de falhas específicas da IA que comprometem sua implementação em larga escala.

QUESTÃO 03

De acordo com o texto, qual das alternativas **MELHOR** representa uma implicação ética decorrente do uso da IA na comunicação digital?

A) A dependência total da IA pode levar à falência de empresas tradicionais de mídia.
B) A criação automatizada de conteúdo limita a liberdade de expressão dos usuários.
C) A coleta massiva de dados pessoais exige regulação e transparência no uso da IA.
D) A substituição de tradutores humanos compromete a qualidade da comunicação multicultural.

QUESTÃO 04

O texto utiliza alguns estrangeirismos, como "chatbots", "assistentes virtuais", "deepfakes", entre outros. Considerando o uso da língua portuguesa, qual das alternativas **MELHOR** justifica o uso desses termos estrangeiros no texto?

A) Esses termos são usados apenas por falta de correspondentes diretos em português, sendo considerados erros de linguagem formal.
B) O uso desses estrangeirismos é inadequado em textos formais, mesmo em contextos tecnológicos, pois empobrece a linguagem.
C) Os estrangeirismos são usados para acompanhar a terminologia técnica amplamente difundida na área da tecnologia e comunicação, sem comprometer a clareza do texto.
D) Esses termos estrangeiros são utilizados para dar um ar de sofisticação ao texto, sem valor semântico real.

QUESTÃO 05

Leia o trecho a seguir, retirado do texto:

"Em 2025, a inteligência artificial (IA) se tornou uma força transformadora na comunicação, mudando a forma como as pessoas interagem, se informam e se conectam."

Sobre o **uso das vírgulas** nesse trecho, assinale a alternativa **CORRETA:**

A) A vírgula após "Em 2025" é obrigatória, pois separa um adjunto adverbial deslocado.
B) A vírgula após "comunicação" está incorreta, pois separa sujeito e predicado.
C) A vírgula entre os verbos "interagem, se informam e se conectam" deveria ser substituída por ponto e vírgula, pois se tratam de orações independentes.
D) As vírgulas do trecho são opcionais, usadas apenas para efeitos estilísticos e não seguem regras gramaticais fixas.

CONHECIMENTOS SENAR

QUESTÃO 06

Considere as afirmativas a seguir sobre a Lei Federal nº 8.315/91, que trata da criação do SENAR. Assinale V para as afirmativas verdadeiras e F para as falsas. Em seguida, assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**:

( ) A composição do colegiado de administração do SENAR inclui representantes de ministérios e da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag).
( ) As rendas do SENAR incluem contribuição mensal compulsória sobre a remuneração paga a todos os empregados por pessoas jurídicas que exerçam atividades agropecuárias, entre outras fontes.
( ) O SENAR é uma entidade vinculada diretamente ao Ministério da Educação, responsável exclusivamente pela educação formal.
( ) O regulamento do SENAR é aprovado por decreto do Presidente da República, mediante proposta do seu colegiado.

A) V – V – V – V
B) F – F – V – F
C) V – F – V – V
D) V – V – F – V

QUESTÃO 07

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), criado pela Lei nº 8.315/91, tem como missão institucional a promoção da _____ e da _____ das pessoas do meio rural, contribuindo para o seu desenvolvimento profissional, social e econômico.

A) educação formal – inclusão digital
B) formação profissional rural – promoção social
C) assistência médica – regularização ambiental
D) assistência técnica – capacitação sindical

QUESTÃO 08

A respeito das formas de atuação do SENAR, correlacione a **COLUNA I** com a **COLUNA II** e assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**:

Coluna I – Modalidades de Educação

1. Formação Profissional Rural (FPR)
2. Educação Formal
3. Promoção Social (PS)
4. Educação Não Formal (FIC)

Coluna II – Características

( ) Cursos técnicos de nível médio, em áreas ligadas ao setor agropecuário.
( ) Ações educativas de curta duração voltadas à cidadania, qualidade de vida e inclusão social.
( ) Ações de capacitação continuada que atendem trabalhadores e produtores em suas necessidades produtivas.
( ) Cursos rápidos, de iniciação ou aperfeiçoamento, que não geram habilitação formal.

A) 2 – 3 – 1 – 4
B) 1 – 2 – 3 – 4
C) 2 – 1 – 4 – 3
D) 3 – 1 – 2 – 4

QUESTÃO 09

Baseado no Mapa Estratégico do Senar Goiás, marque a opção que identifica **CORRETAMENTE** as definições das letras A, B e C, respectivamente, e um dos Valores da instituição:



A) A – Processos Internos; B – Articulação Estratégica; C – Pessoas e Tecnologia; Valor: Comunicação;
B) A – Articulação Institucional; B – Processos Administrativos; C – Infraestrutura e Tecnologia; Valor: Responsabilidade;
C) A – Processos Internos; B – Articulação Institucional; C – Pessoas, Infraestrutura e Tecnologia; Valor: Inovação;
D) A – Processos Externos; B – Organização Institucional; C – Pessoas e Infraestrutura; Valor: Profissionalismo.

QUESTÃO 10

É **INCORRETO** afirmar que, de acordo com o Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR:

A) As licitações têm por finalidade garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, bem como selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração.
B) As contratações diretas, por dispensa ou inexigibilidade, estão previstas no regulamento, obedecendo a critérios e condições previamente estabelecidos.
C) Os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência devem nortear os processos de licitação e contratação no âmbito do SENAR.
D) O SENAR está sujeito integralmente à Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações), sem regulamento próprio.

ATUALIDADES

QUESTÃO 11

Em agosto de 2025, o Sistema Faeg/Senar inaugurou novas Unidades Avançadas de Capacitação (UACs) em Britânia e Flores de Goiás. Essas estruturas têm como objetivo:

A) Atender exclusivamente demandas administrativas do Sistema Faeg/Senar.
B) Servir como espaços de capacitação, assistência técnica e gerencial para trabalhadores rurais e famílias.
C) Substituir os Sindicatos Rurais nas atividades de representação política.
D) Atuar apenas como centros gastronômicos e culturais do campo.

QUESTÃO 12

Sobre a agricultura familiar no Brasil, é **CORRETO** afirmar que:

A) Representa cerca de 77% dos estabelecimentos rurais, mas apenas 23% da renda agrícola.
B) É responsável pela maior parte da renda agropecuária nacional.
C) Não tem relevância social nem econômica para o campo brasileiro.
D) Concentra-se exclusivamente na produção de grãos para exportação.

QUESTÃO 13

Em julho de 2025, foi anunciado o Plano Safra 2025/2026, que prevê recursos recordes, mas enfrenta desafios para chegar aos produtores. Sobre o tema, é **INCORRETO** afirmar que:

A) O Plano Safra destinou R$ 400,59 bilhões para médios e grandes produtores e R$ 85,7 bilhões para a agricultura familiar.
B) As taxas de juros variam entre 8,5% e 14% ao ano, dificultando o acesso principalmente para pequenos e médios produtores.
C) A burocracia bancária é apontada como um entrave para que os recursos cheguem aos produtores.
D) O volume total de recursos garante plenamente o atendimento das demandas, sem impactos da inflação e do aumento dos custos de produção.

QUESTÃO 14

Quais são os principais desafios para garantir a sustentabilidade e competitividade do agronegócio brasileiro?

A) Adoção de biotecnologia, agricultura de precisão, melhoria logística e garantia de insumos.
B) Diminuição do acesso a mercados internacionais e redução da produção.
C) Exclusiva dependência da agricultura familiar para exportação.
D) Redução do crédito rural e da inovação tecnológica.

QUESTÃO 15

Especialistas do Ifag e do Cimehgo apontaram que a safra de grãos 2025/2026 em Goiás será impactada por um cenário de transição climática. Assinale a alternativa que preenche **CORRETAMENTE** a lacuna:

O cenário previsto é de transição entre _____ e _____, exigindo maior atenção do produtor para práticas de manejo adaptativo.

A) El Niño – Neutralidade.
B) Neutralidade – La Niña.
C) La Niña – El Niño.
D) El Niño – Oscilação Madden-Julian.

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

QUESTÃO 16

É **CORRETO** afirmar que: no Windows 10, no Explorador de Arquivos, o atalho de teclado que renomeia o item (arquivo ou pasta) selecionado é:

A) F2
B) F5
C) Ctrl + C
D) Delete

QUESTÃO 17

É **CORRETO** afirmar que: no Microsoft Word 2016 ou superior, para criar uma mala direta é necessário utilizar:

A) Guia Layout da Página, grupo “Configurar Página”
B) Guia Correspondências, grupo “Iniciar Mala Direta”
C) Guia Exibir, grupo “Modo de Exibição de Documento”
D) Guia Revisão, grupo “Controle de Alterações”

QUESTÃO 18

Um analista precisa organizar dados de vendas no Excel 2016 para verificar qual produto teve maior faturamento. Ele possui uma planilha com as colunas "Produto", "Quantidade Vendida" e "Preço Unitário". Para calcular o faturamento de cada produto em uma nova coluna, a fórmula correta a ser inserida na célula de faturamento é:

A) =SOMA(Quantidade Vendida; Preço Unitário)
B) =MULT(Quantidade Vendida; Preço Unitário)
C) =PRODUTO(Quantidade Vendida; Preço Unitário)
D) =(Quantidade Vendida*Preço Unitário)

QUESTÃO 19

É **CORRETO** afirmar que: em segurança da informação, o termo engenharia social refere-se a:

A) Conjunto de técnicas de programação para desenvolver softwares mais seguros.
B) Estratégia de ataque que explora falhas humanas, manipulando pessoas para obter informações ou acesso.
C) Método de criptografia avançada utilizado para proteger senhas e dados pessoais.
D) Ferramenta de firewall que bloqueia automaticamente todos os acessos externos não autorizados.

QUESTÃO 20

Considere as afirmativas abaixo sobre o uso corporativo das redes sociais e assinale **V** para **VERDADEIRO** e **F** para **FALSO**. Em seguida, assinale a alternativa que apresenta a sequência **CORRETA**:

( ) Utilizar perfis pessoais de colaboradores para divulgação de informações institucionais é uma prática segura e recomendada para reduzir custos de comunicação.
( ) A ausência de respostas a comentários de usuários pode prejudicar a imagem institucional.
( ) A definição de uma política de uso, com regras de linguagem, periodicidade de postagens e gestão de crises, é essencial para alinhar a comunicação às estratégias da organização.
( ) Postagens exclusivamente pessoais dos gestores devem substituir os conteúdos institucionais para aproximar a organização do público.

A) F – F – V – F
B) V – V – V – F
C) V – F – F – V
D) F – V – V – F

CONHECIMNETO TECNICO 501

QUESTÃO 21

Com base nas proposições de Kunsch (2003) a respeito do papel estratégico da comunicação interna, assinale **V** para as afirmativas **VERDADEIRAS** e **F** para as **FALSAS**.

I) A gestão de uma crise passa também pela comunicação interna da organização.
II) A comunicação interna cumpre um papel estratégico, uma vez que o colaborador atua como porta-voz da organização, positiva ou negativamente.
III) A comunicação interna bem sucedida dispensa ações de endomarketing, pois substitui a função de tratar os funcionários como clientes internos da empresa.
IV) A comunicação interna deve priorizar plataformas digitais, a fim de reduzir gastos com impressão.

Está **CORRETA** a alternativa:

A) VVVF.
B) VFFV.
C) FFVV.
D) VVFF.

QUESTÃO 22

Sobre a comunicação interna entre a organização e seus empregados, assinale **V** para as afirmativas **VERDADEIRAS** e **F** para as **FALSAS**.

I) A comunicação interna pode usar ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica (endomarketing e marketing interno).
II) A contribuição para o exercício da cidadania e para a valorização do ser humano não faz parte da comunicação interna.
III) A excelência da comunicação interna dispensa integração com as demais atividades da organização.
IV) Investir no público interno pode gerar efeitos multiplicadores para a organização.

Está **CORRETA** a alternativa:

A) FVFV.
B) VFFV.
C) VVFV.
D) VVVF.

QUESTÃO 23

As organizações modernas precisam se preocupar com as relações sociais, com os acontecimentos políticos e com os fatos econômicos mundiais para então traçar estratégias de comunicação. A atividade de relações públicas deve considerar as seguintes afirmativas, **EXCETO**.

A) A responsabilidade social é referente às obrigações da empresa para com a sociedade em áreas como serviço comunitário e governamental, doações educacionais e filantrópicas ou controle ambiental.
B) A empresa deve reconhecer na prática que o crescimento econômico é resultante da conjunção dos esforços de muitos, não apenas do capital.
C) O trabalho de relações públicas consiste exclusivamente em contar e divulgar as realizações de uma organização.
D) Um papel essencial das relações públicas é administrar as relações de conflito entre a organização e seus públicos, por meio de uma comunicação simétrica de duas mãos, que busca o equilíbrio e a compreensão.

QUESTÃO 24

A atividade de relações públicas está baseada na gestão dos relacionamentos mediante o uso do processo de comunicação, que deve ser permanente, a fim de dar sentido à organização. Assim sendo, assinale **V** para as afirmativas **VERDADEIRAS** e **F** para as **FALSAS**.

I) O mapeamento dos públicos de uma organização é uma das mais importantes tarefas da atividade de relações públicas.
II) O entendimento das vulnerabilidades da organização é fundamental para a definição dos processos comunicacionais.
III) Os relacionamentos de uma organização com os stakeholders devem levar em conta a confiança e a reputação.
IV) A definição do propósito organização compete à diretoria, que deverá repassá-lo ao público interno.

Está **CORRETA** a alternativa:

A) FVFV.
B) VVVF.
C) VFFF.
D) FVVV.

QUESTÃO 25

Com base nas proposições de Farias (2016) acerca das relações entre as organizações e as mídias analógicas e digitais na formação da opinião pública, assinale **V** para as afirmativas **VERDADEIRAS** e **F** para as **FALSAS**.

I) A assessoria de imprensa cumpre função estratégica na formação da opinião pública, por ser um dos principais agentes que pautam a mídia tradicional.
II) As mídias sociais on-line descentralizaram a emissão de notícias, antes restrita aos meios de comunicação de massa.
III) O modelo de Lasswell permanece atual para explicar a produção de informações no mundo atual.
IV) A comunicação organizacional deve estar ciente de que até mesmo um fato pode ser relativizado, a depender do sujeito ou da corporação que o recebe.

Está **CORRETA** a alternativa:

A) FVVV.
B) VVFV.
C) VFFV
D) FVVF.

QUESTÃO 26

Kotler e Armstrong (1997) listam algumas das principais funções do marketing dentro do planejamento estratégico de uma organização. São elas, **EXCETO**.

A) O marketing provê para a empresa uma filosofia orientadora, que deve servir às necessidades dos grupos com os quais se relaciona.
B) O marketing fornece inputs que auxiliam os planejadores estratégicos a identificar oportunidades de mercado e a utilizar o potencial da organização para tirar vantagens delas.
C) O marketing é o único setor responsável pela concepção, pela implementação e pelo controle de produtos e serviços.
D) O marketing contribui para a definição de estratégias para alcançar os objetivos de cada unidade individual de negócios de uma empresa.

QUESTÃO 27

A definição da estratégia de marketing de uma organização deve considerar, entre vários fatores, a identidade de marca. Este conceito, segundo Aaker (2007), deve se basear nos seguintes pressupostos, **EXCETO**.

A) A identidade de uma marca é um conjunto exclusivo de associações com a marca que o estrategista ambiciona criar ou manter. Essas associações representam aquilo que a marca pretende realizar e implicam uma promessa aos clientes, feita pelos membros da organização.
B) A identidade da marca consiste em quatro perspectivas: a marca como produto, a marca como organização, a marca como pessoa e a marca como símbolo.
C) A mais comum das armadilhas de identidade de marca é a da fixação nos atributos do produto ou serviço, pois baseia-se na suposição errônea de que tais características constituem a única base relevante para as decisões dos clientes.
D) A criação da identidade de marca tem como principal finalidade comunicar aquilo que o cliente quer ouvir.

QUESTÃO 28

A ilustração enquanto direção de arte, de acordo com Sant'Anna (2006), deve cumprir determinadas funções numa peça publicitária. São elas, **EXCETO**.

A) Intensificar a capacidade em reter a atenção do público.
B) Reafirmar em imagens o texto informado em palavras.
C) Estimular o desejo do público pelo que está anunciado.
D) Tornar o anúncio visualmente mais agradável

QUESTÃO 29

Um dos mais importantes mecanismos na elaboração de um planejamento de marketing é o briefing. A respeito dos papéis e das características desse documento, assinale **V** para as afirmativas **VERDADEIRAS** e **F** para as **FALSAS**.

I) Quanto mais informações, melhor o briefing.
II) Informações como produto, mercado, consumidor, empresa e objetivos da organização devem constar do briefing.
III) Questões sobre negócio, contexto e demanda de comunicação a ser atendida devem ser satisfatoriamente respondidas em um bom briefing.
IV) O briefing pode ir além dos dados básicos e informar a definição do cliente; o comportamento e estratégia do indivíduo, da empresa ou do órgão público contratante; o plano de investimentos, comunicação e transmissão; e medidas objetivas.

Está **CORRETA** a alternativa:

A) FVVV.
B) VFFV.
C) VVFV.
D) FFVF.

QUESTÃO 30

A proposta de valor de uma marca é uma afirmação dos benefícios funcionais, emocionais e de autoexpressão proporcionados ao cliente. Em geral esse benefício está diretamente relacionado às funções desempenhadas pelo produto ou serviço a favor do cliente. As alternativas a seguir exemplificam o que é uma proposta de valor, **EXCETO**.

A) As Lojas Paraibanas oferecem desconto de 10% na compra da segunda peça de roupa.
B) A bicicleta LoiCa permite pedaladas rápidas devido à sua aerodinâmica.
C) A impressora a laser EscreveMais é prática por não demandar manutenção.
D) O creme dental TeethWhite é o mais vendido por reduzir cáries.