



CÓD: OP-076AB-22
7908403520954

COREN-AP

CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DO AMAPÁ

Auxiliar de Serviços Gerais

EDITAL Nº 1, DE 6 DE ABRIL DE 2022

Língua portuguesa

1. Compreensão de texto	01
2. Ortografia: emprego de letras	09
3. Acentuação	10
4. Divisão silábica	11
5. Pontuação	12
6. Classes e emprego de palavras. Gênero e número dos substantivos. Coletivos	13
7. Concordância	20
8. Significado das palavras: sinônimos, antônimos, denotação e conotação	22

Matemática

1. Conjuntos numéricos. Números naturais, inteiros, racionais e reais. Operações com conjuntos. Fatoração e números primos – divisibilidade, máximo divisor comum e mínimo múltiplo comum	01
2. Razões e proporções	10
3. Regras de três simples e composta	11
4. Porcentagem, juros simples e compostos, divisão proporcional	13

Legislação específica

1. Regimento interno do coren-AP	01
2. Lei nº 5.905/1973	06
3. Código de ética dos empregados públicos do sistema cofen/coren (resolução cofen nº 507/2016)	08

Atualidades (digital)

1. Tópicos atuais e relevantes de diversas áreas, tais como segurança, transportes, política, economia, sociedade, educação, saúde, cultura, tecnologia, energia, relações internacionais, desenvolvimento sustentável e ecologia	01
---	----

Conhecimentos específicos Auxiliar de serviços gerais

1. Qualidade no atendimento	01
2. Noções de higiene e limpeza. Produtos e ferramentas para higiene e limpeza	13
3. Destinação do lixo	24
4. Equipamentos para a segurança e higiene. Normas de segurança	27
5. Uso de equipamentos de escritório	38
6. Noções de estoque	40

COMPREENSÃO DE TEXTO

Compreender e interpretar textos é essencial para que o objetivo de comunicação seja alcançado satisfatoriamente. Com isso, é importante saber diferenciar os dois conceitos. Vale lembrar que o texto pode ser verbal ou não-verbal, desde que tenha um sentido completo.

A **compreensão** se relaciona ao entendimento de um texto e de sua proposta comunicativa, decodificando a mensagem explícita. Só depois de compreender o texto que é possível fazer a sua interpretação.

A **interpretação** são as conclusões que chegamos a partir do conteúdo do texto, isto é, ela se encontra para além daquilo que está escrito ou mostrado. Assim, podemos dizer que a interpretação é subjetiva, contando com o conhecimento prévio e do repertório do leitor.

Dessa maneira, para compreender e interpretar bem um texto, é necessário fazer a decodificação de códigos linguísticos e/ou visuais, isto é, identificar figuras de linguagem, reconhecer o sentido de conjunções e preposições, por exemplo, bem como identificar expressões, gestos e cores quando se trata de imagens.

Dicas práticas

1. Faça um resumo (pode ser uma palavra, uma frase, um conceito) sobre o assunto e os argumentos apresentados em cada parágrafo, tentando traçar a linha de raciocínio do texto. Se possível, adicione também pensamentos e inferências próprias às anotações.

2. Tenha sempre um dicionário ou uma ferramenta de busca por perto, para poder procurar o significado de palavras desconhecidas.

3. Fique atento aos detalhes oferecidos pelo texto: dados, fonte de referências e datas.

4. Sublinhe as informações importantes, separando fatos de opiniões.

5. Perceba o enunciado das questões. De um modo geral, questões que esperam **compreensão do texto** aparecem com as seguintes expressões: *o autor afirma/sugere que...; segundo o texto...; de acordo com o autor...* Já as questões que esperam **interpretação do texto** aparecem com as seguintes expressões: *conclui-se do texto que...; o texto permite deduzir que...; qual é a intenção do autor quando afirma que...*

Tipologia Textual

A partir da estrutura linguística, da função social e da finalidade de um texto, é possível identificar a qual tipo e gênero ele pertence. Antes, é preciso entender a diferença entre essas duas classificações.

Tipos textuais

A tipologia textual se classifica a partir da estrutura e da finalidade do texto, ou seja, está relacionada ao modo como o texto se apresenta. A partir de sua função, é possível estabelecer um padrão específico para se fazer a enunciação.

Veja, no quadro abaixo, os principais tipos e suas características:

TEXTO NARRATIVO	Apresenta um enredo, com ações e relações entre personagens, que ocorre em determinados espaço e tempo. É contado por um narrador, e se estrutura da seguinte maneira: apresentação > desenvolvimento > clímax > desfecho
TEXTO DISSERTATIVO ARGUMENTATIVO	Tem o objetivo de defender determinado ponto de vista, persuadindo o leitor a partir do uso de argumentos sólidos. Sua estrutura comum é: introdução > desenvolvimento > conclusão.
TEXTO EXPOSITIVO	Procura expor ideias, sem a necessidade de defender algum ponto de vista. Para isso, usa-se comparações, informações, definições, conceitualizações etc. A estrutura segue a do texto dissertativo-argumentativo.
TEXTO DESCRITIVO	Expõe acontecimentos, lugares, pessoas, de modo que sua finalidade é descrever, ou seja, caracterizar algo ou alguém. Com isso, é um texto rico em adjetivos e em verbos de ligação.
TEXTO INJUNTIVO	Oferece instruções, com o objetivo de orientar o leitor. Sua maior característica são os verbos no modo imperativo.

Gêneros textuais

A classificação dos gêneros textuais se dá a partir do reconhecimento de certos padrões estruturais que se constituem a partir da função social do texto. No entanto, sua estrutura e seu estilo não são tão limitados e definidos como ocorre na tipologia textual, podendo se apresentar com uma grande diversidade. Além disso, o padrão também pode sofrer modificações ao longo do tempo, assim como a própria língua e a comunicação, no geral.

Alguns exemplos de gêneros textuais:

- Artigo
- Bilhete
- Bula
- Carta
- Conto
- Crônica
- E-mail
- Lista
- Manual
- Notícia
- Poema
- Propaganda
- Receita culinária
- Resenha
- Seminário

Vale lembrar que é comum enquadrar os gêneros textuais em determinados tipos textuais. No entanto, nada impede que um texto literário seja feito com a estruturação de uma receita culinária, por exemplo. Então, fique atento quanto às características, à finalidade e à função social de cada texto analisado.

ARGUMENTAÇÃO

O ato de comunicação não visa apenas transmitir uma informação a alguém. Quem comunica pretende criar uma imagem positiva de si mesmo (por exemplo, a de um sujeito educado, ou inteligente, ou culto), quer ser aceito, deseja que o que diz seja admitido como verdadeiro. Em síntese, tem a intenção de convencer, ou seja, tem o desejo de que o ouvinte creia no que o texto diz e faça o que ele propõe.

Se essa é a finalidade última de todo ato de comunicação, todo texto contém um componente argumentativo. A argumentação é o conjunto de recursos de natureza linguística destinados a persuadir a pessoa a quem a comunicação se destina. Está presente em todo tipo de texto e visa a promover adesão às teses e aos pontos de vista defendidos.

As pessoas costumam pensar que o argumento seja apenas uma prova de verdade ou uma razão indiscutível para comprovar a veracidade de um fato. O argumento é mais que isso: como se disse acima, é um recurso de linguagem utilizado para levar o interlocutor a crer naquilo que está sendo dito, a aceitar como verdadeiro o que está sendo transmitido. A argumentação pertence ao domínio da retórica, arte de persuadir as pessoas mediante o uso de recursos de linguagem.

Para compreender claramente o que é um argumento, é bom voltar ao que diz Aristóteles, filósofo grego do século IV a.C., numa obra intitulada "Tópicos: os argumentos são úteis quando se tem de escolher entre duas ou mais coisas".

Se tivermos de escolher entre uma coisa vantajosa e uma desvantajosa, como a saúde e a doença, não precisamos argumentar. Suponhamos, no entanto, que tenhamos de escolher entre duas coisas igualmente vantajosas, a riqueza e a saúde. Nesse caso, precisamos argumentar sobre qual das duas é mais desejável. O argumento pode então ser definido como qualquer recurso que torna uma coisa mais desejável que outra. Isso significa que ele atua no domínio do preferível. Ele é utilizado para fazer o interlocutor crer que, entre duas teses, uma é mais provável que a outra, mais possível que a outra, mais desejável que a outra, é preferível à outra.

O objetivo da argumentação não é demonstrar a verdade de um fato, mas levar o ouvinte a admitir como verdadeiro o que o enunciador está propondo.

Há uma diferença entre o raciocínio lógico e a argumentação. O primeiro opera no domínio do necessário, ou seja, pretende demonstrar que uma conclusão deriva necessariamente das premissas propostas, que se deduz obrigatoriamente dos postulados admitidos. No raciocínio lógico, as conclusões não dependem de crenças, de uma maneira de ver o mundo, mas apenas do encadeamento de premissas e conclusões.

Por exemplo, um raciocínio lógico é o seguinte encadeamento:

A é igual a B.

A é igual a C.

Então: C é igual a B.

Admitidos os dois postulados, a conclusão é, obrigatoriamente, que C é igual a A.

Outro exemplo:

Todo ruminante é um mamífero.

A vaca é um ruminante.

Logo, a vaca é um mamífero.

Admitidas como verdadeiras as duas premissas, a conclusão também será verdadeira.

No domínio da argumentação, as coisas são diferentes. Nele, a conclusão não é necessária, não é obrigatória. Por isso, deve-se mostrar que ela é a mais desejável, a mais provável, a mais plausível. Se o Banco do Brasil fizer uma propaganda dizendo-se mais confiável do que os concorrentes porque existe desde a chegada da família real portuguesa ao Brasil, ele estará dizendo-nos que um banco com quase dois séculos de existência é sólido e, por isso, confiável. Embora não haja relação necessária entre a solidez de uma instituição bancária e sua antiguidade, esta tem peso argumentativo na afirmação da confiabilidade de um banco. Portanto é provável que se creia que um banco mais antigo seja mais confiável do que outro fundado há dois ou três anos.

Enumerar todos os tipos de argumentos é uma tarefa quase impossível, tantas são as formas de que nos valem para fazer as pessoas preferirem uma coisa a outra. Por isso, é importante entender bem como eles funcionam.

Já vimos diversas características dos argumentos. É preciso acrescentar mais uma: o convencimento do interlocutor, o auditório, que pode ser individual ou coletivo, será tanto mais fácil quanto mais os argumentos estiverem de acordo com suas crenças, suas expectativas, seus valores. Não se pode convencer um auditório pertencente a uma dada cultura enfatizando coisas que ele abomina. Será mais fácil convencê-lo valorizando coisas que ele considera positivas. No Brasil, a publicidade da cerveja vem com frequência associada ao futebol, ao gol, à paixão nacional. Nos Estados Unidos, essa associação certamente não surtiria efeito, porque lá o futebol não é valorizado da mesma forma que no Brasil. O poder persuasivo de um argumento está vinculado ao que é valorizado ou desvalorizado numa dada cultura.

Tipos de Argumento

Já verificamos que qualquer recurso linguístico destinado a fazer o interlocutor dar preferência à tese do enunciador é um argumento. Exemplo:

Argumento de Autoridade

É a citação, no texto, de afirmações de pessoas reconhecidas pelo auditório como autoridades em certo domínio do saber, para servir de apoio àquilo que o enunciador está propondo. Esse recurso produz dois efeitos distintos: revela o conhecimento do produtor do texto a respeito do assunto de que está tratando; dá ao texto a garantia do autor citado. É preciso, no entanto, não fazer do texto um amontoado de citações. A citação precisa ser pertinente e verdadeira. Exemplo:

"A imaginação é mais importante do que o conhecimento."

Quem disse a frase aí de cima não fui eu... Foi Einstein. Para ele, uma coisa vem antes da outra: sem imaginação, não há conhecimento. Nunca o inverso.

Alex José Periscinoto.

In: Folha de S. Paulo, 30/8/1993, p. 5-2

A tese defendida nesse texto é que a imaginação é mais importante do que o conhecimento. Para levar o auditório a aderir a ela, o enunciador cita um dos mais célebres cientistas do mundo. Se um físico de renome mundial disse isso, então as pessoas devem acreditar que é verdade.

Argumento de Quantidade

É aquele que valoriza mais o que é apreciado pelo maior número de pessoas, o que existe em maior número, o que tem maior duração, o que tem maior número de adeptos, etc. O fundamento desse tipo de argumento é que mais = melhor. A publicidade faz largo uso do argumento de quantidade.

Argumento do Consenso

É uma variante do argumento de quantidade. Fundamenta-se em afirmações que, numa determinada época, são aceitas como verdadeiras e, portanto, dispensam comprovações, a menos que o objetivo do texto seja comprovar alguma delas. Parte da ideia de que o consenso, mesmo que equivocado, corresponde ao indiscutível, ao verdadeiro e, portanto, é melhor do que aquilo que não desfruta dele. Em nossa época, são consensuais, por exemplo, as afirmações de que o meio ambiente precisa ser protegido e de que as condições de vida são piores nos países subdesenvolvidos. Ao confiar no consenso, porém, corre-se o risco de passar dos argumentos válidos para os lugares comuns, os preconceitos e as frases carentes de qualquer base científica.

Argumento de Existência

É aquele que se fundamenta no fato de que é mais fácil aceitar aquilo que comprovadamente existe do que aquilo que é apenas provável, que é apenas possível. A sabedoria popular enuncia o argumento de existência no provérbio “Mais vale um pássaro na mão do que dois voando”.

Nesse tipo de argumento, incluem-se as provas documentais (fotos, estatísticas, depoimentos, gravações, etc.) ou provas concretas, que tornam mais aceitável uma afirmação genérica. Durante a invasão do Iraque, por exemplo, os jornais diziam que o exército americano era muito mais poderoso do que o iraquiano. Essa afirmação, sem ser acompanhada de provas concretas, poderia ser vista como propagandística. No entanto, quando documentada pela comparação do número de canhões, de carros de combate, de navios, etc., ganhava credibilidade.

Argumento quase lógico

É aquele que opera com base nas relações lógicas, como causa e efeito, analogia, implicação, identidade, etc. Esses raciocínios são chamados quase lógicos porque, diversamente dos raciocínios lógicos, eles não pretendem estabelecer relações necessárias entre os elementos, mas sim instituir relações prováveis, possíveis, plausíveis. Por exemplo, quando se diz “A é igual a B”, “B é igual a C”, “então A é igual a C”, estabelece-se uma relação de identidade lógica. Entretanto, quando se afirma “Amigo de amigo meu é meu amigo” não se institui uma identidade lógica, mas uma identidade provável.

Um texto coerente do ponto de vista lógico é mais facilmente aceito do que um texto incoerente. Vários são os defeitos que concorrem para desqualificar o texto do ponto de vista lógico: fugir do tema proposto, cair em contradição, tirar conclusões que não se fundamentam nos dados apresentados, ilustrar afirmações gerais com fatos inadequados, narrar um fato e dele extrair generalizações indevidas.

Argumento do Atributo

É aquele que considera melhor o que tem propriedades típicas daquilo que é mais valorizado socialmente, por exemplo, o mais raro é melhor que o comum, o que é mais refinado é melhor que o que é mais grosseiro, etc.

Por esse motivo, a publicidade usa, com muita frequência, celebridades recomendando prédios residenciais, produtos de beleza, alimentos estéticos, etc., com base no fato de que o consumidor tende a associar o produto anunciado com atributos da celebridade.

Uma variante do argumento de atributo é o argumento da competência linguística. A utilização da variante culta e formal da língua que o produtor do texto conhece a norma linguística socialmente mais valorizada e, por conseguinte, deve produzir um texto em que se pode confiar. Nesse sentido é que se diz que o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz.

Imagine-se que um médico deva falar sobre o estado de saúde de uma personalidade pública. Ele poderia fazê-lo das duas maneiras indicadas abaixo, mas a primeira seria infinitamente mais adequada para a persuasão do que a segunda, pois esta produziria certa estranheza e não criaria uma imagem de competência do médico:

- Para aumentar a confiabilidade do diagnóstico e levando em conta o caráter invasivo de alguns exames, a equipe médica houve por bem determinar o internamento do governador pelo período de três dias, a partir de hoje, 4 de fevereiro de 2001.

- Para conseguir fazer exames com mais cuidado e porque alguns deles são barrapésada, a gente botou o governador no hospital por três dias.

Como dissemos antes, todo texto tem uma função argumentativa, porque ninguém fala para não ser levado a sério, para ser ridicularizado, para ser desmentido: em todo ato de comunicação deseja-se influenciar alguém. Por mais neutro que pretenda ser, um texto tem sempre uma orientação argumentativa.

A orientação argumentativa é uma certa direção que o falante traça para seu texto. Por exemplo, um jornalista, ao falar de um homem público, pode ter a intenção de criticá-lo, de ridicularizá-lo ou, ao contrário, de mostrar sua grandeza.

O enunciador cria a orientação argumentativa de seu texto dando destaque a uns fatos e não a outros, omitindo certos episódios e revelando outros, escolhendo determinadas palavras e não outras. Veja:

“O clima da festa era tão pacífico que até sogras e noras trocavam abraços afetuosos.”

O enunciador aí pretende ressaltar a ideia geral de que noras e sogras não se toleram. Não fosse assim, não teria escolhido esse fato para ilustrar o clima da festa nem teria utilizado o termo até, que serve para incluir no argumento alguma coisa inesperada.

Além dos defeitos de argumentação mencionados quando tratamos de alguns tipos de argumentação, vamos citar outros:

- Uso sem delimitação adequada de palavra de sentido tão amplo, que serve de argumento para um ponto de vista e seu contrário. São noções confusas, como paz, que, paradoxalmente, pode ser usada pelo agressor e pelo agredido. Essas palavras podem ter valor positivo (paz, justiça, honestidade, democracia) ou vir carregadas de valor negativo (autoritarismo, degradação do meio ambiente, injustiça, corrupção).

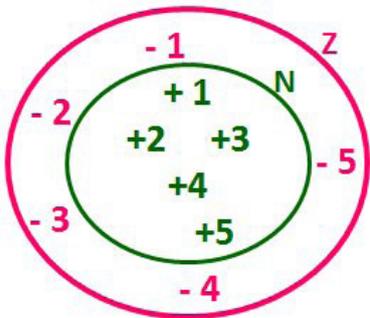
- Uso de afirmações tão amplas, que podem ser derrubadas por um único contra exemplo. Quando se diz “Todos os políticos são ladrões”, basta um único exemplo de político honesto para destruir o argumento.

- Emprego de noções científicas sem nenhum rigor, fora do contexto adequado, sem o significado apropriado, vulgarizando-as e atribuindo-lhes uma significação subjetiva e grosseira. É o

CONJUNTOS NUMÉRICOS. NÚMEROS NATURAIS, INTEIROS, RACIONAIS E REAIS. OPERAÇÕES COM CONJUNTOS. FATORAÇÃO E NÚMEROS PRIMOS – DIVISIBILIDADE, MÁXIMO DIVISOR COMUM E MÍNIMO MÚLTIPLO COMUM

Conjunto dos números inteiros - z

O conjunto dos números inteiros é a reunião do conjunto dos números naturais $N = \{0, 1, 2, 3, 4, \dots, n, \dots\}, (N \subset Z)$; o conjunto dos opostos dos números naturais e o zero. Representamos pela letra Z.



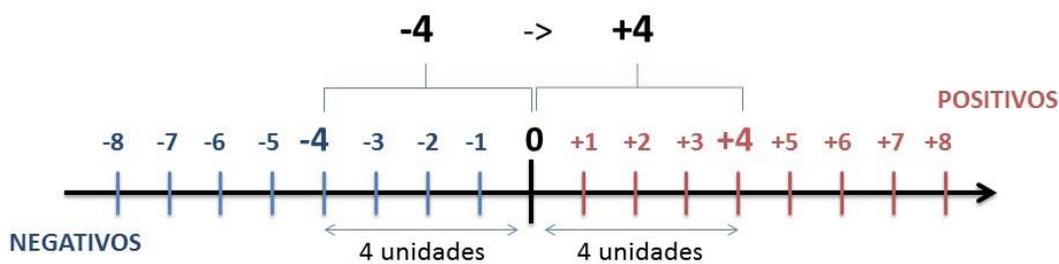
$N \subset Z$ (N está contido em Z)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Z^*	Conjunto dos números inteiros não nulos
+	Z_+	Conjunto dos números inteiros não negativos
* e +	Z^*_+	Conjunto dos números inteiros positivos
-	Z_-	Conjunto dos números inteiros não positivos
* e -	Z^*_-	Conjunto dos números inteiros negativos

Observamos nos números inteiros algumas características:

- **Módulo:** distância ou afastamento desse número até o zero, na reta numérica inteira. Representa-se o módulo por $| |$. O módulo de qualquer número inteiro, diferente de zero, é sempre positivo.
- **Números Opostos:** dois números são opostos quando sua soma é zero. Isto significa que eles estão a mesma distância da origem (zero).



Somando-se temos: $(+4) + (-4) = (-4) + (+4) = 0$

Operações

• **Soma ou Adição:** Associamos aos números inteiros positivos a ideia de ganhar e aos números inteiros negativos a ideia de perder.

ATENÇÃO: O sinal (+) antes do número positivo pode ser dispensado, mas o sinal (-) antes do número negativo nunca pode ser dispensado.

• **Subtração:** empregamos quando precisamos tirar uma quantidade de outra quantidade; temos duas quantidades e queremos saber quanto uma delas tem a mais que a outra; temos duas quantidades e queremos saber quanto falta a uma delas para atingir a outra. A subtração é a operação inversa da adição. O sinal sempre será do maior número.

ATENÇÃO: todos parênteses, colchetes, chaves, números, ..., entre outros, precedidos de sinal negativo, tem o seu sinal invertido, ou seja, é dado o seu oposto.

Exemplo:

(FUNDAÇÃO CASA – AGENTE EDUCACIONAL – VUNESP) Para zelar pelos jovens internados e orientá-los a respeito do uso adequado dos materiais em geral e dos recursos utilizados em atividades educativas, bem como da preservação predial, realizou-se uma dinâmica elencando “atitudes positivas” e “atitudes negativas”, no entendimento dos elementos do grupo. Solicitou-se que cada um classificasse suas atitudes como positiva ou negativa, atribuindo (+4) pontos a cada atitude positiva e (-1) a cada atitude negativa. Se um jovem classificou como positiva apenas 20 das 50 atitudes anotadas, o total de pontos atribuídos foi

- (A) 50.
- (B) 45.
- (C) 42.
- (D) 36.
- (E) 32.

Resolução:

50-20=30 atitudes negativas
 20.4=80
 30.(-1)=-30
 80-30=50

Resposta: A

• **Multiplicação:** é uma adição de números/ fatores repetidos. Na multiplicação o produto dos números *a* e *b*, pode ser indicado por ***a x b***, ***a . b*** ou ainda ***ab*** sem nenhum sinal entre as letras.

• **Divisão:** a divisão exata de um número inteiro por outro número inteiro, diferente de zero, dividimos o módulo do dividendo pelo módulo do divisor.

ATENÇÃO:

- 1) No conjunto Z, a divisão não é comutativa, não é associativa e não tem a propriedade da existência do elemento neutro.
- 2) Não existe divisão por zero.
- 3) Zero dividido por qualquer número inteiro, diferente de zero, é zero, pois o produto de qualquer número inteiro por zero é igual a zero.

Na multiplicação e divisão de números inteiros é muito importante a **REGRA DE SINAIS:**

Sinais iguais (+) (+); (-) (-) = resultado sempre positivo .
Sinais diferentes (+) (-); (-) (+) = resultado sempre negativo .

Exemplo:

(PREF.DE NITERÓI) Um estudante empilhou seus livros, obtendo uma única pilha 52cm de altura. Sabendo que 8 desses livros possui uma espessura de 2cm, e que os livros restantes possuem espessura de 3cm, o número de livros na pilha é:

- (A) 10
- (B) 15
- (C) 18
- (D) 20
- (E) 22

Resolução:

São 8 livros de 2 cm: $8 \cdot 2 = 16$ cm
 Como eu tenho 52 cm ao todo e os demais livros tem 3 cm, temos:

$52 - 16 = 36$ cm de altura de livros de 3 cm

$36 : 3 = 12$ livros de 3 cm

O total de livros da pilha: $8 + 12 = 20$ livros ao todo.

Resposta: D

• **Potenciação:** A potência a^n do número inteiro *a*, é definida como um produto de *n* fatores iguais. O número *a* é denominado a **base** e o número *n* é o **expoente**. $a^n = a \times a \times a \times \dots \times a$, *a* é multiplicado por *a* *n* vezes. Tenha em mente que:

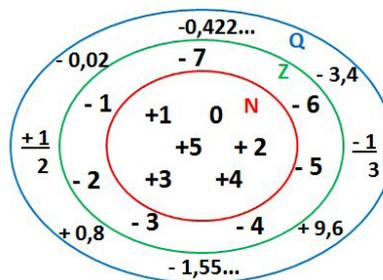
- Toda potência de **base positiva** é um número **inteiro positivo**.
- Toda potência de **base negativa e expoente par** é um número **inteiro positivo**.
- Toda potência de **base negativa e expoente ímpar** é um número **inteiro negativo**.

Propriedades da Potenciação

- 1) Produtos de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e somam-se os expoentes. $(-a)^3 \cdot (-a)^6 = (-a)^{3+6} = (-a)^9$
- 2) Quocientes de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e subtraem-se os expoentes. $(-a)^8 : (-a)^6 = (-a)^{8-6} = (-a)^2$
- 3) Potência de Potência: Conserva-se a base e multiplicam-se os expoentes. $[(-a)^5]^2 = (-a)^{5 \cdot 2} = (-a)^{10}$
- 4) Potência de expoente 1: É sempre igual à base. $(-a)^1 = -a$ e $(+a)^1 = +a$
- 5) Potência de expoente zero e base diferente de zero: É igual a 1. $(+a)^0 = 1$ e $(-b)^0 = 1$

Conjunto dos números racionais – Q

Um número racional é o que pode ser escrito na forma $\frac{m}{n}$, onde *m* e *n* são números inteiros, sendo que *n* deve ser diferente de zero. Frequentemente usamos *m/n* para significar a divisão de *m* por *n*.



N C Z C Q (N está contido em Z que está contido em Q)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Q^*	Conjunto dos números racionais não nulos
+	Q_+	Conjunto dos números racionais não negativos
* e +	Q^*_+	Conjunto dos números racionais positivos
-	Q_-	Conjunto dos números racionais não positivos
* e -	Q^*_-	Conjunto dos números racionais negativos

Representação decimal

Podemos representar um número racional, escrito na forma de fração, em número decimal. Para isso temos duas maneiras possíveis:

1º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, um número finito de algarismos. Decimais Exatos:

$$\frac{2}{5} = 0,4$$

2º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, infinitos algarismos (nem todos nulos), repetindo-se periodicamente Decimais Periódicos ou Dízimas Periódicas:

$$\frac{1}{3} = 0,333...$$

Representação Fracionária

É a operação inversa da anterior. Aqui temos duas maneiras possíveis:

1) Transformando o número decimal em uma fração numerador é o número decimal sem a vírgula e o denominador é composto pelo numeral 1, seguido de tantos zeros quantas forem as casas decimais do número decimal dado.

Ex.:
0,035 = 35/1000

2) Através da fração geratriz. Aí temos o caso das dízimas periódicas que podem ser simples ou compostas.
– *Simple*s: o seu período é composto por um mesmo número ou conjunto de números que se repete infinitamente.
Exemplos:

<p>* 0,444... Período: 4 (1 algarismo)</p> $0,444... = \frac{4}{9}$	<p>* 0,313131... Período: 31 (2 algarismos)</p> $0,313131... = \frac{31}{99}$	<p>* 0,278278278... Período: 278 (3 algarismos)</p> $0,278278278... = \frac{278}{999}$
---	---	--

Procedimento: para transformarmos uma dízima periódica simples em fração basta utilizarmos o dígito 9 no denominador para cada quantos dígitos tiver o período da dízima.

– *Composta*: quando a mesma apresenta um ante período que não se repete.

a)

Parte não periódica com o período da dízima menos a parte não periódica.

$$0,58333... = \frac{583 - 58}{900} = \frac{525}{900} = \frac{525 : 75}{900 : 75} = \frac{7}{12}$$

Simplificando

Parte não periódica com 2 algarismos: 58
Período com 1 algarismo: 3
2 algarismos zeros: 90
1 algarismo 9: 0

Procedimento: para cada algarismo do período ainda se coloca um algarismo 9 no denominador. Mas, agora, para cada algarismo do antiperíodo se coloca um algarismo zero, também no denominador.

REGIMENTO INTERNO DO COREN-AP

REGIMENTO INTERNO COREN-AP

**TÍTULO I
DA NATUREZA, JURISDIÇÃO E FORO**

Art. 1º - O presente Regimento Interno disciplina o funcionamento do Conselho Regional de Enfermagem do Amapá, doravante referido nesta norma por sua sigla, Coren-AP, observada a Lei Federal nº 5.905 de 12 de julho de 1973.

Art. 2º - O Coren-AP é dotado de personalidade jurídica de direito público e integra o Sistema Cofen/Conselhos Regionais de Enfermagem que se constitui como Autarquia Federal regulamentadora e fiscalizadora do exercício da profissão de Enfermagem.

§ 1º - O Coren-AP tem jurisdição e competência territorial na unidade federativa do Estado do Amapá, com foro e sede administrativa na cidade de Macapá e é dotado de autonomia administrativa, financeira, orçamentária, patrimonial e política, sem vínculo funcional ou hierárquico com os órgãos da Administração Pública.

§ 2º - O Coren-AP é subordinado hierarquicamente ao Cofen nos limites da lei, com rigorosa observância as determinações estabelecidas em Resoluções, Decisões, Acórdãos, Instruções e demais provimentos.

§ 3º - No atendimento de suas finalidades, o Coren-AP exerce ações deliberativas, administrativas ou executivas, normativo regulamentares, contenciosas e disciplinares.

Art. 3º - O Coren-AP tem como finalidade a normatividade, a disciplina e a fiscalização do exercício profissional da Enfermagem em observância aos seus princípios éticos, respeitadas as normas profissionais vigentes e as diretrizes do Cofen.

Parágrafo Único - O Coren-AP constitui-se em Tribunal de Ética para o julgamento das infrações ao Código de Ética dos Profissionais de Enfermagem, Resolução Cofen nº 564/2017.

**TÍTULO II
DA FINALIDADE E COMPETÊNCIAS**

Art. 4º - O Coren-AP na forma da lei, é responsável perante o Cofen, pelo efetivo atendimento em sua jurisdição dos seus objetivos legais e da classe da Enfermagem.

Parágrafo Único - O Coren-AP é regido pela Lei Federal nº 5.905/1973 e pelas Resoluções do Cofen, por este Regimento Interno, pelas normas complementares deste Regional e demais normatizações que lhe são conferidas.

Art. 5º - O Coren-AP poderá celebrar convênios e termos de cooperação com o Cofen e outros Conselhos Regionais, com Entidades públicas ou privadas, especialmente da área de Enfermagem, assim como com estruturas do executivo, legislativo e judiciário visando à defesa da saúde, o fortalecimento da Enfermagem, observadas as normas legais.

Art. 6º - O Coren-AP tem por competências:

I - Disciplinar, normatizar e fiscalizar o exercício profissional observado as diretrizes gerais do Cofen;

II - Cumprir as instruções e provimentos do Cofen;

III - Deliberar sobre inscrição, cancelamento, suspensão, inscrição remida, transferência, reinscrição, inscrição secundária, emissão de segunda via e renovação de carteira no âmbito do Regional;

IV - Assegurar o registro dos profissionais com exercício na respectiva jurisdição do Regional;

V - Expedir a carteira profissional indispensável ao exercício da profissão, a qual tem fé pública em todo o território nacional e serve como documento de identidade;

VI - Zelar pelo bom conceito da profissão da Enfermagem e dos que a exerçam;

VII - Contribuir para o aprimoramento das ações de enfermagem;

VIII - Conhecer e decidir os assuntos atinentes à ética profissional, impondo as penalidades cabíveis com fulcro no Art. 18 da Lei Federal nº 5.905/1973;

IX - Colaborar no desenvolvimento de estudos, campanhas, eventos técnico-científicos e culturais para aperfeiçoamento dos profissionais de Enfermagem;

X - Prestar esclarecimentos à sociedade sobre as normas éticas e as responsabilidades inerentes ao exercício profissional da Enfermagem;

XI - Organizar e administrar os seus próprios serviços e arrecadar as contribuições e demais emolumentos e valores que lhe sejam devidos, com o devido repasse de receita ao Cofen conforme previsão legal;

XII - Elaborar o plano plurianual e suas propostas orçamentárias anuais e submetê-lo à aprovação do Cofen;

XIII - Fixar os valores de anuidades, taxas e emolumentos anuais;

XIV - Apresentar prestação de contas, respeitando o calendário estabelecido pelo Cofen e órgão de controle;

XV - Decidir sobre a criação, transformação ou extinção de cargos e a fixação de vencimentos dos empregados do quadro de pessoal;

XVI - Aprovar abertura de concurso público para o provimento dos cargos efetivos e homologar o respectivo resultado final;

XVII - Propor ao Cofen medidas visando à melhoria do exercício profissional da Enfermagem;

XVIII - Apresentar prestação de contas ao Cofen até o dia 28 de fevereiro de cada ano;

XIV - Eleger sua diretoria e seus delegados eleitores para o sistema ao Cofen/Conselhos Regionais de Enfermagem;

XX - Exercer demais atribuições que lhes forem conferidas por lei e pelo Cofen;

XXI - Prestar apoio técnico consultivo aos órgãos e instituições públicas ou privadas em matéria sobre Enfermagem.

**TÍTULO III
DA ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO**

Art. 7º - O Coren-AP apresenta a seguinte estrutura organizacional:

I- Assembleia Geral constituída pelos profissionais inscritos.

II- Plenário, órgão deliberativo.

III- Diretoria, órgão executivo.

IV- Delegado Regional.

V- Órgãos de Assessoramento.

a)- Assessoria Nível I

• Procuradoria Geral

• Controladoria Geral

• Assessoria Jurídica

• Assessoria Executiva

• Ouvidoria

b)- Assessoria Nível II

- Chefe de Gabinete
- c)- Assessoria Nível III
- Assessoria de Planejamento
- Auditoria Interna
- Assessoria Técnica e Logística
- Assessoria de Comunicação e Eventos
- Departamento Contábil Financeiro
- Departamento de Apoio Administrativo
- Departamento de Gestão do Exercício Profissional
- Departamento de Tecnologia e Informações
- CPL
- d)- Função Gratificada I Superior
- Divisão de Fiscalização do Exercício Profissional
- Divisão de Gestão de Pessoas
- Divisão de Contabilidade e Finanças
- Divisão de Processos Éticos
- Divisão de Grupos Técnicos/Trabalho
- Divisão de Planejamento e Tecnologia
- Divisão de desenvolvimento de Sistemas
- e)- Função Gratificada II Médio
- Secretário (a) de Gabinete
- Secretário (a) de Plenária
- Divisão de Patrimônio e Almoxarifado
- Divisão de Transporte
- Divisão de Cobrança e Dívida Ativa
- Divisão de Contratos e Convênios
- Divisão de Registro e Cadastro

TÍTULO IV DA ASSEMBLEIA GERAL

Art. 8º - A Assembleia Geral do Regional constituída pelos profissionais adimplentes inscritos no Coren-AP é convocada pelo (a) Presidente (a), para as eleições dos Conselheiros titulares e suplentes, segundo as normas estabelecidas em ato resolucional próprio.

§1 - Compete à Assembleia Geral nos termos do artigo 12 da Lei nº 5.905, de 12 de julho de 1973 e do Código Eleitoral dos Conselhos de Enfermagem, por voto pessoal, secreto e obrigatório de seus membros, em época previamente determinada e publicada pelo Cofen, eleger os Conselheiros Regionais titulares e suplentes.

§ 2 - A Diretoria do Coren-AP, através do Presidente, tomará todas as providências necessárias à convocação da Assembleia Geral, estabelecendo todos os critérios e formalidade à execução e cumprimento dos atos destinados à realização das Eleições, de modo que esta venha a acontecer de forma democrática, respeitando-se a legalidade e a ordem necessárias.

TÍTULO V DO PLENÁRIO

Art. 9º - O Plenário é órgão de deliberação do Coren-AP, composto por 10 (dez) Conselheiros, sendo 5 (cinco) titulares e 5 (cinco) suplentes, denominados conselheiros Regionais, todos profissionais de Enfermagem, de nacionalidade brasileira, na proporção de 3/5 (três quintos) de enfermeiros e 2/5 (dois quintos) de técnicos e ou auxiliares de Enfermagem.

Parágrafo Único – O número de membros titulares e suplentes na composição do plenário será sempre ímpar, e sua fixação ou modificação observará proporção ao número de profissionais inscritos, em conformidade com a Lei nº 5.905, de 12 de julho de 1973.

Art. 10 - O mandato dos membros do Plenário do Coren-AP é honorífico, tem duração de 3 (três) anos, admitida uma reeleição consecutiva.

§ 1 – A eleição dos Conselheiros efetivos e suplentes obedece às determinações do Código Eleitoral aprovado pelo Conselho Federal de Enfermagem - Cofen.

§ 2 – A escolha dentre os Conselheiros titulares do Plenário para ocuparem os cargos de Presidente, Secretário, Tesoureiro e Delegado Regional se processará nos termos previstos no Código Eleitoral dos Conselhos de Enfermagem.

§ 3 – O diploma de Conselheiro é atribuído a todos os membros do Plenário, titulares e suplentes.

CAPÍTULO I ORGANIZAÇÃO

Art. 11 - O Plenário é convocado pela P residência do Coren-AP para reuniões ordinárias, a serem realizadas mensalmente e reuniões extraordinárias, quando necessárias, com presença de maioria titulares dos Conselheiros, em sessões públicas na sede do Coren-AP ou, excepcionalmente, em outro local.

§ 1º - Entende-se por reunião ordinária aquela cuja organização é prevista no programa de trabalho do Coren-AP e o respectivo custo está incluído no orçamento do exercício;

§ 2º - As reuniões de Plenário de julgamento de processos ético-disciplinares poderão ser realizadas sob caráter reservado, com a presença apenas dos Conselheiros convocados, das partes interessadas, dos advogados e dos empregados da Autarquia que auxiliam nos trabalhos das mesmas.

§ 3º - Em caso de falta ou ausência de conselheiro titular, o Presidente deverá efetivar Conselheiros suplentes em número suficiente para a instalação e continuidade dos trabalhos.

§ 4º - É facultada a presença de profissionais de enfermagem e pessoas da comunidade, na qualidade de observadores, sem direito a voz, desde que mantida a ordem no recinto.

Art. 12- A verificação do quórum precede à abertura dos trabalhos. A inexistência de quórum implica na transferência da reunião para outra data e horário.

§ 1º – Os Conselheiros suplentes participam das Reuniões do Plenário sem direito a voto, salvo quando estiver designado para substituir Conselheiro titular.

§ 2º – Participam das Reuniões do Plenário outras pessoas, a critério do Presidente, da Diretoria ou do Plenário, com direito a voz apenas.

§ 3º - Na falta ou impedimento do Presidente, a reunião será dirigida por membro da Diretoria na ordem legal de substituição, e, na ausência ou falta destes, se houver quórum, pelo Conselheiro com maior tempo de inscrição.

§ 4º – Em todos os casos deverá ser observada a ordem, a solenidade do recinto e eventuais regras baixadas na sessão, assegurando-se os meios necessários para sua consecução, podendo o Presidente, visando garantir a ordem, determinar a retirada de pessoas do recinto.

§ 5º – O Plenário poderá designar colaborador/empregado para auxiliar no desempenho das funções dos seus membros e de suas atividades.

Art. 13- Reunião Ordinária de Plenário (ROP) será realizada mensalmente de acordo com o calendário anual, e deverá ter pauta definida.

Parágrafo Único – A reunião inicia-se com a verificação de quórum, leitura da ata da reunião anterior, informes gerais da presidência e dos membros.

Art. 14- A Reunião Extraordinária de Plenária (REP) é convocada pelo Presidente ou a requerimento justificado de 2/3 (dois terços) dos membros do Plenário, quando da ocorrência de evento que por sua importância e urgência justifique a medida, vedada à inclusão na pauta respectiva de assunto estranho ao que tenha justificado a convocação.

Art. 15- A convocação para as Reuniões da Plenária deverá ser encaminhada formalmente, indicando, além da pauta, o local, a data e a hora da reunião.

§1 - A mudança de data, hora e local das Reuniões Ordinárias e Extraordinárias poderão ocorrer somente em situações excepcionais.

Art. 16 - A pauta da Reunião do Plenário, bem como a direção de seu trabalho, é de responsabilidade da Presidência.

§ 1º - A pauta e convocatória deverão ser encaminhadas com antecedência mínima de 72 horas aos Conselheiros componentes do Plenário.

§2º- Os Conselheiros poderão solicitar inclusão de pauta, desde que solicitado oficialmente com no mínimo 3 (três) dias de antecedência, ou durante a sessão de plenário, cabendo à Presidência, em ambos os casos, a análise da solicitação e deferimento.

§3º- Na Reunião Ordinária de Plenário poderá ser discutida e votada matéria que não conste na pauta, desde que deferido pela Presidência.

Art. 17- A pauta da Reunião de Plenário é dividida em três partes:

- I.Expediente
- II.Ordem do dia
- III.Assuntos Gerais

§1º- O Expediente compreende: abertura e verificação de quórum; leitura, discussão e aprovação da ata da reunião anterior; comunicado do Presidente e comunicados dos conselheiros e demais participantes da reunião.

§2º- A Ordem do dia compreende: apresentação de matérias previamente relacionadas; leitura e discussão dos pareceres dos relatores e leitura e discussão de pareceres técnicos.

§3º- Em Assuntos gerais são discutidas e votadas proposições, apresentadas por escrito ou não, pertinentes à matéria não incluída na Ordem do dia.

Art. 18- Colocados os assuntos da pauta em discussão, o Presidente inscreverá, por ordem de solicitação, os Conselheiros que desejarem fazer uso da palavra, fazendo moderação do debate e inclusive limitando o tempo do uso da palavra dos inscritos.

Parágrafo Único – Durante a discussão, qualquer conselheiro poderá pedir vista do processo, cabendo à Presidência a decisão sobre o seu deferimento.

Art. 19- Após o pronunciamento dos Conselheiros inscritos, o Presidente encerrará a discussão e colocará a matéria em votação.

§1º- O Conselheiro deverá abster-se de votar, nos casos de impedimento ou suspeição, devidamente declarado em ata.

§2º- Fica assegurado o direito de voto do Conselheiro suplente designado como relator de processo, devendo, no entanto, fazê-lo em substituição a um dos membros efetivos no momento da votação, definido pelo Presidente.

§3º - O Conselheiro poderá apresentar declaração de voto para registro em ata.

Art. 20- Concluída a votação e a apuração dos votos, o Presidente proclamará o resultado.

§1º - Após a proclamação do resultado, é vedada aos Conselheiros a modificação do voto.

§2º - A matéria cujo resultado tenha sido proclamado não poderá ser objeto de nova deliberação, salvo nos casos de pedido de reapreciação, devidamente justificado pela Presidência ou por 2/3 (dois terços) dos membros do Plenário.

Art. 21 - As atas das reuniões darão notícia sucinta dos trabalhos, reproduzindo, quando for o caso, o teor integral de qualquer matéria, permitindo-se declaração escrita de voto; nela constarão, também, as justificativas apresentadas pelos Conselheiros ausentes.

§1º – As atas serão redigidas em papel timbrado com linhas numeradas, sendo aprovadas depois de lidas e retificadas, quando necessário, em Reunião de Plenário, devendo ser assinadas e rubricadas em todas as folhas pelos Conselheiros presentes à reunião que as originou.

§2º - Os extratos de ata serão assinados pelo Presidente e Secretário da respectiva sessão.

CAPÍTULO II COMPETÊNCIA

Art. 22 - Compete ao Plenário do Coren-AP:

I-Elaborar regimento interno do Regional e suas alterações, submetendo-o à homologação do /Cofen;

II-Eleger o Presidente, Secretário, Tesoureiro e Delegado Regional e dar-lhes posse;

III-Apreciar e deliberar sobre renúncia, vacância e licença de Conselheiro e respectiva substituição;

IV-Estabelecer a programação das reuniões ordinárias e aprovar suas atas;

V-Elaborar o Planejamento Estratégico Plurianual e Anual das atividades do CorenAP;

VI-Aprovar o Relatório de Gestão, os balancetes e a Prestação de Contas anual das atividades do órgão a serem homologadas pelo Cofen;

VII-Julgar os processos éticos, impondo as penalidades cabíveis e propor ao Cofen a aplicação da pena de cassação do exercício profissional, se for o caso;

VIII-Aprovar decisões, pareceres, planejamentos e relatórios no âmbito do CorenAP;

IX-Deliberar sobre os pedidos de inscrição principal e secundária de profissionais de Enfermagem, de Registro de Pessoas Jurídicas que exercem atividades de Enfermagem na área de sua jurisdição e de inscrição de especialista, reinscrição bem como sobre os pedidos de transferência, baixa, suspensão ou cancelamento dessas inscrições e inscrição remida;

X-Zelar pelo patrimônio do Conselho e estabelecer as diretrizes para a administração de suas rendas e receitas;

XI-Homologar a Política de Gestão de Pessoas, a criação de cargos, funções e assessorias e fixação dos salários e gratificações praticadas pelo Coren-AP;

XII-Aprovar a proposta orçamentária do Coren-AP e as suas reformulações a serem homologadas pelo Cofen e a abertura de créditos adicionais, especiais e suplementares.

XIII-Participar de fóruns representativos contribuindo na formulação de políticas públicas de Saúde/Enfermagem e áreas afins;

XIV-Realizar e ou apoiar eventos técnicos, científicos e culturais para o desenvolvimento da Enfermagem;

XV-Definir valores indenizatórios de diárias, auxílio representação e jetons, dentro dos limites estabelecidos pelo Cofen, e encaminhá-los para sua homologação;

XVI-Deliberar sobre proposituras de ações judiciais;

QUALIDADE NO ATENDIMENTO

Quando se fala em comunicação interna organizacional, automaticamente relaciona ao profissional de Relações Públicas, pois ele é o responsável pelo relacionamento da empresa com os seus diversos públicos (internos, externos e misto).

As organizações têm passado por diversas mudanças buscando a modernização e a sobrevivência no mundo dos negócios. Os maiores objetivos dessas transformações são: tornar a empresa competitiva, flexível, capaz de responder as exigências do mercado, reduzindo custos operacionais e apresentando produtos competitivos e de qualidade.

A reestruturação das organizações gerou um público interno de novo perfil. Hoje, os empregados são muito mais conscientes, responsáveis, inseridos e atentos às cobranças das empresas em todos os setores. Diante desse novo modelo organizacional, é que se propõe como atribuição do profissional de Relações Públicas ser o intermediador, o administrador dos relacionamentos institucionais e de negócios da empresa com os seus públicos. Sendo assim, fica claro que esse profissional tem seu campo de ação na política de relacionamento da organização.

A comunicação interna, portanto, deve ser entendida como um feixe de propostas bem encadeadas, abrangentes, coisa significativamente maior que um simples programa de comunicação impressa. Para que se desenvolva em toda sua plenitude, as empresas estão a exigir profissionais de comunicação sistêmicos, abertos, treinados, com visões integradas e em permanente estado de alerta para as ameaças e oportunidades ditadas pelo meio ambiente.

Percebe-se com isso, a multivariada das funções dos Relações Públicas: estratégica, política, institucional, mercadológica, social, comunitária, cultural, etc.; atuando sempre para cumprir os objetivos da organização e definir suas políticas gerais de relacionamento.

Em vista do que foi dito sobre o profissional de Relações Públicas, destaca-se como principal objetivo liderar o processo de comunicação total da empresa, tanto no nível do entendimento, como no nível de persuasão nos negócios.

Pronúncia correta das palavras

Proferir as palavras corretamente. Isso envolve:

- ✓ Usar os sons corretos para vocalizar as palavras;
- ✓ Enfatizar a sílaba certa;
- ✓ Dar a devida atenção aos sinais diacríticos

Por que é importante?

A pronúncia correta confere dignidade à mensagem que pregamos. Permite que os ouvintes se concentrem no teor da mensagem sem ser distraídos por erros de pronúncia.

Fatores a considerar. Não há um conjunto de regras de pronúncia que se aplique a todos os idiomas. Muitos idiomas utilizam um alfabeto. Além do alfabeto latino, há também os alfabetos árabe, cirílico, grego e hebraico. No idioma chinês, a escrita não é feita por meio de um alfabeto, mas por meio de caracteres que podem ser compostos de vários elementos. Esses caracteres geralmente representam uma palavra ou parte de uma palavra. Embora os idiomas japonês e coreano usem caracteres chineses, estes podem ser pronunciados de maneiras bem diferentes e nem sempre ter o mesmo significado.

Nos idiomas alfabéticos, a pronúncia adequada exige que se use o som correto para cada letra ou combinação de letras. Quando o idioma segue regras coerentes, como é o caso do es-

panhol, do grego e do zulu, a tarefa não é tão difícil. Contudo, as palavras estrangeiras incorporadas ao idioma às vezes mantêm uma pronúncia parecida à original. Assim, determinadas letras, ou combinações de letras, podem ser pronunciadas de diversas maneiras ou, às vezes, simplesmente não ser pronunciadas. Você talvez precise memorizar as exceções e então usá-las regularmente ao conversar. Em chinês, a pronúncia correta exige a memorização de milhares de caracteres. Em alguns idiomas, o significado de uma palavra muda de acordo com a entonação. Se a pessoa não der a devida atenção a esse aspecto do idioma, poderá transmitir ideias erradas.

Se as palavras de um idioma forem compostas de sílabas, é importante enfatizar a sílaba correta. Muitos idiomas que usam esse tipo de estrutura têm regras bem definidas sobre a posição da sílaba tônica (aquela que soa mais forte). As palavras que fogem a essas regras geralmente recebem um acento gráfico, o que torna relativamente fácil pronunciá-las de maneira correta. Contudo, se houver muitas exceções às regras, o problema fica mais complicado. Nesse caso, exige bastante memorização para se pronunciar corretamente as palavras.

Em alguns idiomas, é fundamental prestar bastante atenção aos sinais diacríticos que aparecem acima e abaixo de determinadas letras, como: è, é, ô, ñ, õ, ü, ü, ç, ç.

Na questão da pronúncia, é preciso evitar algumas armadilhas. A precisão exagerada pode dar a impressão de afetação e até de esnobismo. O mesmo acontece com as pronúncias em desuso. Tais coisas apenas chamam atenção para o orador. Por outro lado, é bom evitar o outro extremo e relaxar tanto no uso da linguagem quanto na pronúncia das palavras. Algumas dessas questões já foram discutidas no estudo "Articulação clara".

Em alguns idiomas, a pronúncia aceitável pode diferir de um país para outro — até mesmo de uma região para outra no mesmo país. Um estrangeiro talvez fale o idioma local com sotaque. Os dicionários às vezes admitem mais de uma pronúncia para determinada palavra. Especialmente se a pessoa não teve muito acesso à instrução escolar ou se a sua língua materna for outra, ela se beneficiará muito por ouvir com atenção os que falam bem o idioma local e imitar sua pronúncia. Como Testemunhas de Jeová queremos falar de uma maneira que dignifique a mensagem que pregamos e que seja prontamente entendida pelas pessoas da localidade.

No dia-a-dia, é melhor usar palavras com as quais se está bem familiarizado. Normalmente, a pronúncia não constitui problema numa conversa, mas ao ler em voz alta você poderá se deparar com palavras que não usa no cotidiano.

Maneiras de aprimorar

Muitas pessoas que têm problemas de pronúncia não se dão conta disso.

Em primeiro lugar, quando for designado a ler em público, consulte num dicionário as palavras que não conhece. Se não tiver prática em usar o dicionário, procure em suas páginas iniciais, ou finais, a explicação sobre as abreviaturas, as siglas e os símbolos fonéticos usados ou, se necessário, peça que alguém o ajude a entendê-los. Em alguns casos, uma palavra pode ter pronúncias diferentes, dependendo do contexto. Alguns dicionários indicam a pronúncia de letras que têm sons variáveis bem como a sílaba tônica. Antes de fechar o dicionário, repita a palavra várias vezes em voz alta.

Uma segunda maneira de melhorar a pronúncia é ler para alguém que pronuncia bem as palavras e pedir-lhe que corrija seus erros.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS AUXILIAR DE SERVIÇOS GERAIS

Um terceiro modo de aprimorar a pronúncia é prestar atenção aos bons oradores.

Pronúncia de números telefônicos

O número de telefone deve ser pronunciado algarismo por algarismo.

Deve-se dar uma pausa maior após o prefixo.

Lê-se em caso de uma sequência de números de três em três algarismos, com exceção de uma sequência de quatro números juntos, onde damos uma pausa a cada dois algarismos.

O número “6” deve ser pronunciado como “meia” e o número “11”, que é outra exceção, deve ser pronunciado como “onze”.

Veja abaixo os exemplos

011.264.1003 – zero, onze – dois, meia, quatro – um, zero – zero, três

021.271.3343 – zero, dois, um – dois, sete, um – três, três – quatro, três

031.386.1198 – zero, três, um – três, oito, meia – onze – nove, oito

Exceções

110 -cento e dez

111 – cento e onze

211 – duzentos e onze

118 – cento e dezoito

511 – quinhentos e onze

0001 – mil ao contrário

Atendimento telefônico

Na comunicação telefônica, é fundamental que o interlocutor se sinta acolhido e respeitado, sobretudo porque se trata da utilização de um canal de comunicação a distância. É preciso, portanto, que o processo de comunicação ocorra da melhor maneira possível para ambas as partes (emissor e receptor) e que as mensagens sejam sempre acolhidas e contextualizadas, de modo que todos possam receber bom atendimento ao telefone.

Alguns autores estabelecem as seguintes recomendações para o atendimento telefônico:

- não deixar o cliente esperando por um tempo muito longo. É melhor explicar o motivo de não poder atendê-lo e retornar a ligação em seguida;

- o cliente não deve ser interrompido, e o funcionário tem de se empenhar em explicar corretamente produtos e serviços;

- atender às necessidades do cliente; se ele desejar algo que o atendente não possa fornecer, é importante oferecer alternativas;

- agir com cortesia. Cumprimentar com um “bom-dia” ou “boa-tarde”, dizer o nome e o nome da empresa ou instituição são atitudes que tornam a conversa mais pessoal. Perguntar o nome do cliente e tratá-lo pelo nome transmitem a ideia de que ele é importante para a empresa ou instituição. O atendente deve também esperar que o seu interlocutor desligue o telefone. Isso garante que ele não interrompa o usuário ou o cliente. Se ele quiser complementar alguma questão, terá tempo de retomar a conversa.

No atendimento telefônico, a linguagem é o fator principal para garantir a qualidade da comunicação. Portanto, é preciso que o atendente saiba ouvir o interlocutor e responda a suas demandas de maneira cordial, simples, clara e objetiva. O uso

correto da língua portuguesa e a qualidade da dicção também são fatores importantes para assegurar uma boa comunicação telefônica. É fundamental que o atendente transmita a seu interlocutor segurança, compromisso e credibilidade.

Além das recomendações anteriores, são citados, a seguir, procedimentos para a excelência no atendimento telefônico:

- Identificar e utilizar o nome do interlocutor: ninguém gosta de falar com um interlocutor desconhecido, por isso, o atendente da chamada deve identificar-se assim que atender ao telefone. Por outro lado, deve perguntar com quem está falando e passar a tratar o interlocutor pelo nome. Esse toque pessoal faz com que o interlocutor se sinta importante;

- assumir a responsabilidade pela resposta: a pessoa que atende ao telefone deve considerar o assunto como seu, ou seja, comprometer-se e, assim, garantir ao interlocutor uma resposta rápida. Por exemplo: não deve dizer “não sei”, mas “vou imediatamente saber” ou “daremos uma resposta logo que seja possível”. Se não for mesmo possível dar uma resposta ao assunto, o atendente deverá apresentar formas alternativas para o fazer, como: fornecer o número do telefone direto de alguém capaz de resolver o problema rapidamente, indicar o e-mail ou número da pessoa responsável procurado. A pessoa que ligou deve ter a garantia de que alguém confirmará a recepção do pedido ou chamada;

- Não negar informações: nenhuma informação deve ser negada, mas há que se identificar o interlocutor antes de a fornecer, para confirmar a seriedade da chamada. Nessa situação, é adequada a seguinte frase: vamos anotar esses dados e depois entraremos em contato com o senhor

- Não apressar a chamada: é importante dar tempo ao tempo, ouvir calmamente o que o cliente/usuário tem a dizer e mostrar que o diálogo está sendo acompanhado com atenção, dando feedback, mas não interrompendo o raciocínio do interlocutor;

- Sorrir: um simples sorriso reflete-se na voz e demonstra que o atendente é uma pessoa amável, solícita e interessada;

- Ser sincero: qualquer falta de sinceridade pode ser catastrófica: as más palavras difundem-se mais rapidamente do que as boas;

- Manter o cliente informado: como, nessa forma de comunicação, não se estabelece o contato visual, é necessário que o atendente, se tiver mesmo que desviar a atenção do telefone durante alguns segundos, peça licença para interromper o diálogo e, depois, peça desculpa pela demora. Essa atitude é importante porque poucos segundos podem parecer uma eternidade para quem está do outro lado da linha;

- Ter as informações à mão: um atendente deve conservar a informação importante perto de si e ter sempre à mão as informações mais significativas de seu setor. Isso permite aumentar a rapidez de resposta e demonstra o profissionalismo do atendente;

- Estabelecer os encaminhamentos para a pessoa que liga: quem atende a chamada deve definir quando é que a pessoa deve voltar a ligar (dia e hora) ou quando é que a empresa ou instituição vai retornar a chamada.

Todas estas recomendações envolvem as seguintes atitudes no atendimento telefônico:

- Receptividade - demonstrar paciência e disposição para servir, como, por exemplo, responder às dúvidas mais comuns dos usuários como se as estivesse respondendo pela primeira vez. Da mesma forma é necessário evitar que interlocutor espere por respostas;

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS AUXILIAR DE SERVIÇOS GERAIS

- Atenção – ouvir o interlocutor, evitando interrupções, dizer palavras como “compreendo”, “entendo” e, se necessário, anotar a mensagem do interlocutor);

- Empatia - para personalizar o atendimento, pode-se pronunciar o nome do usuário algumas vezes, mas, nunca, expressões como “meu bem”, “meu querido, entre outras);

- Concentração – sobretudo no que diz o interlocutor (evitar distrair-se com outras pessoas, colegas ou situações, desviando-se do tema da conversa, bem como evitar comer ou beber enquanto se fala);

- Comportamento ético na conversação – o que envolve também evitar promessas que não poderão ser cumpridas.

Atendimento e tratamento

O atendimento está diretamente relacionado aos negócios de uma organização, suas finalidades, produtos e serviços, de acordo com suas normas e regras. O atendimento estabelece, dessa forma, uma relação entre o atendente, a organização e o cliente.

A qualidade do atendimento, de modo geral, é determinada por indicadores percebidos pelo próprio usuário relativamente a:

- competência – recursos humanos capacitados e recursos tecnológicos adequados;

- confiabilidade – cumprimento de prazos e horários estabelecidos previamente;

- credibilidade – honestidade no serviço proposto;

- segurança – sigilo das informações pessoais;

- facilidade de acesso – tanto aos serviços como ao pessoal de contato;

- comunicação – clareza nas instruções de utilização dos serviços.

Fatores críticos de sucesso ao telefone:

- ✓ A voz / respiração / ritmo do discurso

- ✓ A escolha das palavras

- ✓ A educação

Ao telefone, a sua voz é você. A pessoa que está do outro lado da linha não pode ver as suas expressões faciais e gestos, mas você transmite através da voz o sentimento que está alimentando ao conversar com ela. As emoções positivas ou negativas, podem ser reveladas, tais como:

- Interesse ou desinteresse,

- Confiança ou desconfiança,

- Alerta ou cansaço,

- Calma ou agressividade,

- Alegria ou tristeza,

- Descontração ou embaraço,

- Entusiasmo ou desânimo.

O ritmo habitual da comunicação oral é de 180 palavras por minuto; ao telefone deve-se reduzir para 120 palavras por minuto aproximadamente, tornando o discurso mais claro.

A fala muito rápida dificulta a compreensão da mensagem e pode não ser perceptível; a fala muito lenta pode o outro a julgar que não existe entusiasmo da sua parte.

O tratamento é a maneira como o funcionário se dirige ao cliente e interage com ele, orientando-o, conquistando sua simpatia. Está relacionada a:

- Presteza – demonstração do desejo de servir, valorizando prontamente a solicitação do usuário;

- Cortesia – manifestação de respeito ao usuário e de cordialidade;

- Flexibilidade – capacidade de lidar com situações não-previstas.

A comunicação entre as pessoas é algo múltíplice, haja vista, que transmitir uma mensagem para outra pessoa e fazê-la compreender a essência da mesma é uma tarefa que envolve inúmeras variáveis que transformam a comunicação humana em um desafio constante para todos nós.

E essa complexidade aumenta quando não há uma comunicação visual, como na comunicação por telefone, onde a voz é o único instrumento capaz de transmitir a mensagem de um emissor para um receptor. Sendo assim, inúmeras empresas cometem erros primários no atendimento telefônico, por se tratar de algo de difícil consecução.

Abaixo 16 dicas para aprimorar o atendimento telefônico, de modo a atingirmos a excelência, confira:

1 - Profissionalismo: utilize-se sempre de uma linguagem formal, privilegiando uma comunicação que transmita respeito e seriedade. Evite brincadeiras, gírias, intimidades, etc, pois assim fazendo, você estará gerando uma imagem positiva de si mesmo por conta do profissionalismo demonstrado.

2 - Tenha cuidado com os ruídos: algo que é extremamente prejudicial ao cliente são as interferências, ou seja, tudo aquilo que atrapalha a comunicação entre as partes (chadeira, sons de aparelhos eletrônicos ligados, etc.). Sendo assim, é necessário manter a linha “limpa” para que a comunicação seja eficiente, evitando desvios.

3 - Fale no tom certo: deve-se usar um tom de voz que seja minimamente compreensível, evitando desconforto para o cliente que por várias vezes é obrigado a “implorar” para que o atendente fale mais alto.

4 - Fale no ritmo certo: não seja ansioso para que você não cometa o erro de falar muito rapidamente, ou seja, procure encontrar o meio termo (nem lento e nem rápido), de forma que o cliente entenda perfeitamente a mensagem, que deve ser transmitida com clareza e objetividade.

5 - Tenha boa dicção: use as palavras com coerência e coesão para que a mensagem tenha organização, evitando possíveis erros de interpretação por parte do cliente.

6 - Tenha equilíbrio: se você estiver atendendo um cliente sem educação, use a inteligência, ou seja, seja paciente, ouça-o atentamente, jamais seja hostil com o mesmo e tente acalmá-lo, pois assim, você estará mantendo sua imagem intacta, haja vista, que esses “dinossauros” não precisam ser atacados, pois, eles se matam sozinhos.

7 - Tenha carisma: seja uma pessoa empática e sorridente para que o cliente se sinta valorizado pela empresa, gerando um clima confortável e harmônico. Para isso, use suas entonações com criatividade, de modo a transmitir emoções inteligentes e contagiantes.

8 - Controle o tempo: se precisar de um tempo, peça o cliente para aguardar na linha, mas não demore uma eternidade, pois, o cliente pode se sentir desprestigiado e desligar o telefone.

9 - Atenda o telefone o mais rápido possível: o ideal é atender o telefone no máximo até o terceiro toque, pois, é um ato que demonstra afabilidade e empenho em tentar entregar para o cliente a máxima eficiência.