



CÓD: OP-027DZ-22  
7908403530854

# PALMITAL-SP

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMITAL DO ESTADO DE  
SÃO PAULO - SP

Monitor de Creche

**PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO N° 02/2022**

## ***Língua Portuguesa***

1. Leitura, compreensão e interpretação de textos .....	5
2. Estrutura fonética: encontros vocálicos e consonantais, dígrafo, divisão silábica .....	14
3. Ortografia .....	15
4. Acentuação tônica e gráfica .....	15
5. Classes de palavras: classificação, flexões nominais e verbais (verbos regulares e irregulares), emprego. Colocação de pronomes: próclise, mesóclise e ênclise .....	16
6. Teoria geral da frase e sua análise: orações, períodos e funções sintáticas .....	23
7. Sintaxe de concordância: concordância nominal e verbal (casos gerais e particulares) .....	25
8. Sintaxe de regência: regência nominal e verbal .....	27
9. O uso da crase .....	28
10. Pontuação: emprego dos sinais de pontuação. O uso do hífen .....	28
11. Figuras de linguagem .....	29
12. Vícios de linguagem .....	31
13. Significação das palavras no contexto .....	32

## ***Matemática***

1. Radicais: operações – simplificação, propriedade – racionalização de denominadores. Conjunto de números reais. Operação com números inteiros e fracionários. MDC e MMC. Raiz quadrada Equações fracionárias. Expressões fracionárias – operações – simplificação .....	41
2. Equação de 2º grau: resolução das equações completas, incompletas, problemas do 2º grau. Equação de 1º grau: resolução – problemas de 1º grau .....	50
3. Relação e Função: domínio, contradomínio e imagem. Função do 1º grau – função constante. Função exponencial: equação e inequação exponencial. Função logarítmica. Função do 2º grau .....	52
4. Razão e Proporção. Grandezas Proporcionais .....	62
5. Regra de três simples e composta .....	64
6. Porcentagem .....	65
7. Juros Simples e Composto .....	66
8. Fatoração de expressão algébrica. Expressão algébrica – operações .....	68
9. PA e PG .....	70
10. Sistemas Lineares .....	73
11. Números complexos .....	75
12. Análise combinatória .....	80
13. Probabilidade .....	83
14. Trigonometria da 1ª volta: seno, cosseno, tangente, relação fundamental .....	85
15. Geometria Analítica .....	91
16. Geometria Espacial .....	96
17. Geometria Plana .....	100
18. Sistema Monetário Nacional (Real) .....	102
19. Sistema de medidas: comprimento, superfície, massa, capacidade, tempo e volume .....	104

---

## ***Legislação municipal - Conhecimentos Gerais e Atualidades***

1. Lei Orgânica do Município de PALMITAL – SP .....	107
2. Conhecimentos Gerais e Atualidades Nacionais e Internacionais .....	130
3. Meio Ambiente .....	130
4. Cidadania .....	133
5. Direitos Sociais – Individuais e Coletivos .....	136

## ***Conhecimentos Específicos Monitor de Creche***

1. Qualidade no Atendimento ao Público .....	143
2. Relações Humanas .....	155
3. Ética profissional .....	158
4. Noções sobre a prática do trabalho .....	162
5. Desenvolvimento Infantil .....	162
6. Atividades na Educação Infantil .....	165
7. Principais aspectos da organização e funcionamento da educação nacional .....	168
8. Saúde na instituição de Educação Infantil: higiene, alimentação, sono, controle de esfíncteres .....	183
9. doenças comuns na infância .....	193
10. prevenção de acidentes e primeiros socorros .....	194
11. LEI nº 8.069 de 13/07/1990. Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) .....	205

---

# LÍNGUA PORTUGUESA

## LEITURA, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

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:

<b>TEXTO NARRATIVO</b>	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
<b>TEXTO DISSERTATIVO ARGUMENTATIVO</b>	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.
<b>TEXTO EXPOSITIVO</b>	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.
<b>TEXTO DESCRITIVO</b>	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.
<b>TEXTO INJUNTIVO</b>	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 barrapitada, 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, etc. Veja:

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

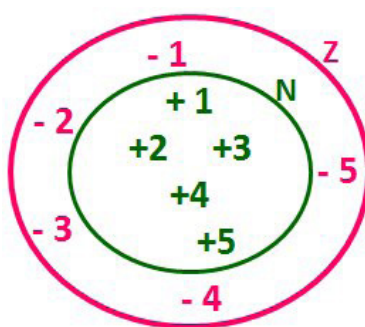
O enunciador aí pretende ressaltar a ideia geral de que noras e sogras não se toleram. Não fosse assim, não teria escolhido esse fato para ilustrar o clima da festa nem teria utilizado o termo até, que serve para incluir no argumento alguma coisa inesperada.

# MATEMÁTICA

RADICAIS: OPERAÇÕES – SIMPLIFICAÇÃO, PROPRIEDADE – RACIONALIZAÇÃO DE DENOMINADORES. CONJUNTO DE NÚMEROS REAIS. OPERAÇÃO COM NÚMEROS INTEIROS E FRACIONÁRIOS. MDC E MMC. RAIZ QUADRADA EQUAÇÕES FRACIONÁRIAS. EXPRESSÕES FRACIONÁRIAS – OPERAÇÕES – SIMPLIFICAÇÃO

## 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.



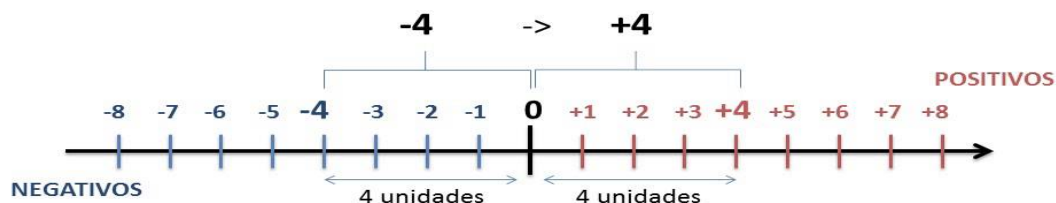
$N \subset Z$  (N está contido em Z)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	$Z^*$	Conjunto dos números inteiros <b>não nulos</b>
+	$Z_+$	Conjunto dos números inteiros <b>não negativos</b>
* e +	$Z^*_+$	Conjunto dos números inteiros <b>positivos</b>
-	$Z_-$	Conjunto dos números inteiros <b>não positivos</b>
* e -	$Z^*_-$	Conjunto dos números inteiros <b>negativos</b>

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

$20 \cdot 4 = 80$

$30 \cdot (-1) = -30$

$80 - 30 = 50$

**Resposta: A**

• **Multipliação:** é uma adição de números/ fatores repetidos. Na multiplicação o produto dos números  $a$  e  $b$ , pode ser indicado por  $a \times b$ ,  $a \cdot b$  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 <b>positivo</b> .
Sinais diferentes (+) (-); (-) (+) = resultado sempre <b>negativo</b> .

**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.  $(-a)^8 : (-a)^6 = (-a)^{8-6} = (-a)^2$

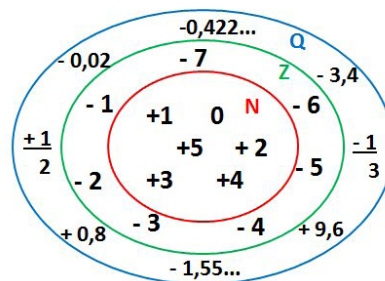
3) Potência de Potência: Conserva-se a base e multiplicam-se os expoentes.  $[(-a)^5]^2 = (-a)^{5 \cdot 2} = (-a)^{10}$

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 <b>não nulos</b>
+	$Q_+$	Conjunto dos números racionais <b>não negativos</b>
* e +	$Q^*_+$	Conjunto dos números racionais <b>positivos</b>
-	$Q_-$	Conjunto dos números racionais <b>não positivos</b>
* e -	$Q^*_-$	Conjunto dos números racionais <b>negativos</b>

**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 quantos forem as casas decimais do número decimal dado.

Ex.:  
 $0,035 = \frac{35}{1000}$

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: 900  
 1 algarismo 9: 9

# LEGISLAÇÃO MUNICIPAL - CONHECIMENTOS GERAIS E ATUALIDADES

## LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE PALMITAL – SP

### EMENDA Nº 12 À LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO

#### De iniciativa de todos os Vereadores

#### (Atualiza e consolida a Lei Orgânica do Município de Palmital)

MANOEL EDUARDO DA SILVA, Presidente da Câmara Municipal de Vereadores de Palmital, Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições,

FAÇO SABER que a Câmara Municipal de Palmital, Estado de São Paulo, aprovou e eu promulgo a seguinte Emenda à Lei Orgânica:

Art. 1º A Lei Orgânica do Município de Palmital, após a atualização de seu texto aos preceitos da Constituição Federal e da Constituição do Estado de São Paulo, passa a vigorar com o seguinte texto:

#### PREÂMBULO

O POVO DE PALMITAL, INVOCANDO A PROTEÇÃO DE DEUS, E INSPIRADO NOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL E DO ESTADO E NO IDEAL DE A TODOS ASSEGURAR OS BENEFÍCIOS DA JUSTIÇA E BEM ESTAR, DECRETA E PROMULGA, POR SEUS REPRESENTANTES, A LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE PALMITAL.

### TÍTULO I DO MUNICÍPIO

#### CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O Município de Palmital, parte integrante da República Federativa do Brasil e do Estado de São Paulo, exerce a autonomia política, legislativa, administrativa e financeira que lhe é assegurada pela Constituição da República nos termos desta Lei Orgânica.

§ 1º O exercício das competências municipais terá por objetivo a realização concreta do bem-estar, da segurança e do progresso dos habitantes do Município e far-se-á, quando for o caso, em cooperação com os Poderes Públicos federais, estaduais e municipais, na busca do interesse geral.

§ 2º Toda ação municipal visará salvaguardar os direitos fundamentais expressa ou implicitamente garantidos na Constituição da República.

Art. 2º O Governo Municipal é exercido pela Câmara de Vereadores e pelo Prefeito, cujos órgãos constituem os Poderes Legislativo e Executivo, independentes e harmônicos entre si. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 1º É vedado a qualquer dos Poderes delegar atribuições.

§ 2º (REVOGADO); (Revogado pela Emenda nº 12/2012)

§ 3º O Legislativo representado pela Câmara de Vereadores e o Executivo pelo Prefeito Municipal, terão mandatos eletivos por quatro anos.

Art. 3º São símbolos do Município a bandeira, o brasão de armas e o hino. (Vide Lei Municipal nº 2.061/2005)

### CAPÍTULO II DA COMPETÊNCIA MUNICIPAL

Art. 4º Ao Município de Palmital compete dispor sobre assuntos de interesse local, cabendo-lhe, entre outras, as seguintes atribuições:

I - elaborar o orçamento, prevendo a receita e fixando a despesa, com base em planejamento adequado;

II - instituir e arrecadar os tributos de sua competência, fixar e cobrar preços;

III - arrecadar e aplicar as rendas que lhe pertencerem, na forma da lei;

IV - organizar e prestar, diretamente ou sob regime de concessão, os seus serviços públicos;

V - dispor sobre a administração, a utilização e a alienação de seus bens;

VI - adquirir bens, inclusive através de desapropriação por necessidade, utilidade pública ou por interesse social;

VII - elaborar o seu Plano Diretor;

VIII - regulamentar os loteamentos, observando as reservas de áreas para as vias públicas de tráfego, passagens de canalização de esgotos, águas pluviais e praças;

IX - regulamentar a utilização dos logradouros públicos e, especialmente no perímetro urbano;

X - prover sobre o transporte coletivo urbano, que poderá ser operado através de concessão ou permissão, fixando o itinerário, os pontos de parada e as respectivas tarifas;

XI - prover sobre o transporte individual de passageiros, fixando os locais de estacionamento e as tarifas respectivas;

XII - fixar e sinalizar os locais de estacionamento de veículos, os limites das “zonas de silêncio” e de trânsito e tráfego em condições especiais;

XIII - disciplinar os serviços de carga e descarga e fixar a tonelagem máxima permitida a veículos que circulem em vias públicas municipais;

XIV - disciplinar a execução dos serviços e atividades nele desenvolvidas;

XV - sinalizar as vias urbanas e as estradas municipais, bem como, regulamentar e fiscalizar a sua utilização;

XVI - prover sobre a limpeza das vias e logradouros públicos, remoção e destino do lixo domiciliar e outros resíduos de qualquer natureza; (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

XVII - ordenar as atividades urbanas, fixando condições e horários para funcionamento de estabelecimentos industriais, comerciais, prestadores de serviço e similares, observadas as normas federais pertinentes;

XVIII - dispor sobre o serviço funerário e cemitérios, encarregando-se da administração daqueles que forem públicos e fiscalizando os pertencentes a entidades privadas;

XIX - prestar serviços de atendimento à saúde da população, com a cooperação técnica e financeira da União e do Estado;

XX - manter programas de educação pré-escolar e de ensino fundamental, com a cooperação técnica e financeira da União e do Estado;

XXI - regulamentar, autorizar e fiscalizar a afixação de cartazes e anúncios, bem como a utilização de quaisquer outros meios de publicidade e propaganda nos locais sujeitos ao poder de polícia municipal;

XXII - dispor sobre depósito e destino de animais e mercadorias apreendidos em decorrência de transgressão da legislação municipal;

XXIII - promover o registro, vacinação e captura de animais, com a finalidade precípua de erradicação da raiva e outras moléstias de que possam ser portadores ou transmissores.

XXIV - instituir regime jurídico único para os servidores da administração pública direta, das autarquias e das fundações públicas bem como os respectivos planos de carreira; (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

XXV - constituir guarda municipal destinada à proteção das instalações, bens e serviços municipais, conforme dispuser a lei;

XXVI - promover a proteção do patrimônio histórico-cultural local, observada a legislação e ação fiscalizadora federal e estadual;

XXVII - promover e incentivar o turismo local, como fator de desenvolvimento social e econômico;

XXVIII - estabelecer e impor penalidades por infração de suas leis e regulamentos;

XXIX - prestar assistência nas emergências médico-hospitalar e de Pronto Socorro, por seus próprios serviços ou mediante convênio com Santa Casa de Misericórdia ou instituições congêneres;

XXX - fazer saneamento básico, beneficiando todos os moradores da zona urbana e gratuitamente aqueles que percebam até um salário mínimo e possuam somente o imóvel onde residam;

XXXI - criar e regulamentar zonas industriais, obedecidos os critérios estabelecidos pelo Estado, respeitando as normas relacionadas ao uso e ocupação do solo e ao meio-ambiente urbano natural;

XXXII - dispor sobre serviços públicos em geral, regulamentando-os, inclusive os de caráter ou de uso coletivo como os de água e gás, estabelecendo os respectivos processos de instalação, distribuição e consumo no Município;

XXXIII - suplementar a legislação federal e a estadual no que couber;

XXXIV - implantar ruas de lazer e centros sociais na zona urbana e na rural de maiores concentrações populacionais, visando à integração social e práticas esportivas;

XXXV - criar, manter e incentivar a pesquisa agropecuária no Município;

XXXVI - proibir o abate clandestino de bovinos e suínos quando destinados à comercialização;

XXXVII - organizar a prevenção da saúde odontológica escolar nos bairros pobres e zona rural;

XXXVIII - incentivar o associativismo.

Parágrafo único. Quanto aos estabelecimentos industriais, comerciais e similares:

I - conceder ou renovar a licença para instalação, localização e funcionamento;

II - não renovar a licença daqueles cujas atividades se tornarem prejudiciais à saúde, à higiene, ao bem-estar, à recreação, ao sossego público ou aos bons costumes;

III - promover o fechamento daqueles que funcionarem sem licença ou em desacordo com a Lei.

Art. 5º Ao Município de Palmital compete, em comum com a União, com os Estados e com o Distrito Federal, observadas as normas de cooperação fixadas na lei complementar: (Vide art. 23 da Constituição Federal)

I - zelar pela guarda da Constituição, das leis e das instituições democráticas, e conservar o patrimônio público;

II - cuidar da saúde e assistência pública, da proteção e garantia das pessoas portadoras de deficiências;

III - proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos e turísticos;

IV - impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico e cultural;

V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação e à ciência, assim como fornecer transporte gratuito a estudantes da zona rural para os estabelecimentos de ensino do Município e para as Faculdades da região, para todos aqueles que necessitarem e comprovarem a impossibilidade do pagamento;

VI - proteger o meio-ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;

VII - preservar as florestas, a fauna e a flora;

VIII - fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar, inclusive através de feiras livres, mercados e centrais de abastecimento, criando para tanto uma estrutura de assistência técnica e de extensão rural;

IX - fiscalizar, nos locais de venda direta ao consumidor, as condições sanitárias dos gêneros alimentícios;

X - promover programas de construção de moradias e a melhoria das condições habitacionais e de saneamento básico;

XI - combater as causas da pobreza e os fatores de marginalização, promovendo a integração social dos setores desfavorecidos;

XII - registrar, acompanhar e fiscalizar as concessões e prorrogações de direitos de pesquisa e exploração de recursos hídricos e minerais do Município, desde que apresentados previamente pelo interessado, laudos e pareceres técnicos da companhia de tecnologia e saneamento ambiental, ou de outro órgão técnico do Estado que o substitua, tudo para comprovar que o projeto:

a) não causará o rebaixamento do lençol freático;

b) não acarretará qualquer ataque à paisagem, à flora e à fauna;

c) não provocará assoreamento de rios, lagos, lagoas, represas, açudes, bem como erosão.

Art. 6º Ao Município é proibido:

I - permitir ou fazer uso de estabelecimento gráfico, jornal, estação de rádio, televisão, serviços de alto-falantes, placas ou qualquer outro meio de comunicação de sua propriedade ou de particulares, para propaganda político partidária ou fins estranhos à administração; (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

II - outorgar isenções e anistias fiscais ou permitir a remissão de dívidas sem interesse público justificado, sob pena de nulidade do ato, caso não haja autorização legislativa;

III - autorizar, licenciar ou permitir, ainda que por renovação ou prorrogação, a exploração de portos de areia ou de pedreiras sem rigorosa obediência à esta lei;

IV - sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte é vedado:

a) exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça;

b) instituir tratamento desigual entre contribuintes que se encontrem em situação equivalente, proibida qualquer distinção em razão de ocupação profissional ou função por eles exercida, independentemente da denominação jurídica dos rendimentos, títulos ou direitos.

V - cobrar tributos:

a) em relação a fatos geradores ocorridos antes do início da vigência da lei que os houver instituído ou aumentado; (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

b) no mesmo exercício financeiro em que haja sido publicada a lei que os instituiu ou aumentou,

VI - utilizar tributo com efeito de confisco;

VII - estabelecer limitações ao tráfego de pessoas ou bens por meio de tributo, ressalvada a cobrança de pedágio pela utilização de vias conservadas pelo Poder Público Municipal;

VIII - instituir impostos sobre:

- a) patrimônio, renda ou serviços do Poder Público;
- b) templos de qualquer culto;
- c) patrimônio, renda ou serviços de partido político, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos atendidos ou requisitos por lei;
- d) livros, jornais, periódicos e o papel destinado à sua impressão.

§ 1º (REVOGADO); (Revogado pela Emenda nº 12/2012)

§ 2º As vedações do inciso VIII, “a” e do parágrafo anterior não se aplicam ao patrimônio, à renda e aos serviços, relacionados, com exploração de atividades econômicas regidas pelas normas aplicáveis e empreendimentos privados, ou em que haja contraprestação ou pagamento de preços ou tarifas pelo usuário, nem exonera o promitente comprador da obrigação de pagar impostos relativamente ao bem imóvel; serão extensivos ainda às autarquias e às fundações instituídas e mantidas pelo poder público, no que se refere ao patrimônio, à renda e aos serviços, vinculados às suas finalidades essenciais ou às delas decorrentes.

§ 3º As vedações expressas no inciso VIII, alínea “b” e “c”, compreendem o patrimônio, a renda e os serviços, relacionados com as finalidades essenciais das entidades nelas mencionadas.

§ 4º A lei determinará medidas para que os consumidores, sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços.

§ 5º Qualquer anistia que envolva matéria tributária só poderá ser concedida através de lei específica municipal. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 6º Estabelecer diferença tributária entre bens e serviços, de qualquer natureza, em razão de sua procedência ou destino.

§ 7º Estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-las, embaraçar-lhes o exercício ou manter com eles ou seus representantes, relações de aliança.

Art. 7º A política de desenvolvimento urbano é executada, primordialmente pelo município, conforme diretrizes gerais e próprias fixadas em lei, tendo por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem estar de seus habitantes

§ 1º O Plano Diretor do Município de Palmital será aprovado pela Câmara Municipal, sendo o instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012) (Vide arts. 182 e 183 da Constituição Federal)

§ 2º A propriedade urbana cumpre sua função social quando atender às exigências fundamentais de ordenação da cidade, expressas no Plano Diretor.

§ 3º As desapropriações de imóveis urbanos serão feitas com prévia e justa indenização em dinheiro.

§ 4º O Município, mediante lei específica para área incluída no Plano Diretor, nos termos da lei federal, exigirá do proprietário do solo urbano não edificado, subutilizado ou não utilizado, o aproveitamento, sob pena, sucessivamente de: (Vide Lei Federal nº 10.257/01 – Estatuto das Cidades)

I - parcelamento ou edificação compulsórios;

II - imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana progressivo no tempo;

III - desapropriação com pagamento mediante títulos de dívida pública de emissão previamente aprovada por lei, com prazo de resgate de até dez anos, em parcelas anuais, iguais e sucessivas, assegurado o valor real da indenização e os juros legais;

§ 1º Não serão admitidos loteamentos realizados por empresas que, entre outros fins, visem à especulação de terras e criem obstáculos à política urbana e habitacional do município e ao seu Plano Diretor. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 2º Será assegurada a participação das respectivas entidades comunitárias no estudo, encaminhamento e solução de problemas, planos, programas e projetos que lhes sejam concernentes. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 3º Sempre deverá ser observada a preservação, proteção e recuperação do meio ambiente urbano e cultural, normas urbanísticas, de segurança, higiene e qualidade de vida. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 4º As áreas definidas em projeto de loteamento como áreas verdes ou institucionais não poderão, em qualquer hipótese, ter sua destinação, fim e objetivos originariamente estabelecidos, alterados. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012) (Vide art. 180 da Constituição do Estado de São Paulo)

### CAPÍTULO III

#### DA POLÍTICA FUNDIÁRIA, AGRÍCOLA E MEIO AMBIENTE

Art. 8º O Município apoiará e auxiliará a criação de projetos de microbacias, em convênio com os órgãos competentes do Estado e da União.

Art. 9º Será criado o Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural, como órgão deliberativo, que terá a participação paritária do Executivo Municipal, entidades públicas e privadas do setor rural, entidades representativas dos produtores e trabalhadores rurais, tendo sua atividade acompanhada pelos Vereadores. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

§ 1º É da competência do Conselho a elaboração do Plano Diretor do Desenvolvimento Rural a que se refere o artigo 10.

§ 2º As atribuições do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural serão regulamentadas em lei específica. (Redação dada pela Emenda nº 12/2012)

Art. 10. O Município elaborará Plano Diretor de Desenvolvimento Rural Integrado que deverá conter diagnósticos da realidade rural do Município, soluções e diretrizes para o desenvolvimento do setor primário, fontes de recursos orçamentários para financiar as ações propostas e participação dos segmentos envolvidos na produção agropecuária local, na sua concepção e implantação e a criação do Mercado do Produtor Rural.

Art. 11. O Município instalará uma estação de fomento, implantará o serviço municipal de máquinas agrícolas e criará bolsa municipal de arrendamento de terras para o aumento da produção agropecuária, organizando o abastecimento alimentar inclusive, através de feiras livres, mercados e centrais de abastecimento, envidará programas de cinturões verdes, no sentido de ser auto-suficiente na produção de gêneros essenciais.

Art. 12. O horto florestal de Palmital é área de preservação permanente, do qual não se pode desarraigar qualquer espécie de árvore.

Art. 13. Qualquer árvore poderá ser declarada imune de corte, mediante ato do Poder Público, por motivo de sua localização, raridade, beleza ou condição de porta semente.

Art. 14. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencialmente à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público:

I - preservar e restaurar os processos ecológico essenciais e prover o manejo ecológico das espécies e ecossistemas;

II - exigir na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade;

# CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

## Monitor de Creche

### QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO

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 ditas pelo meio ambiente.

Percebe-se com isso, a multivariabilidade 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 espanhol, 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, 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.

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;

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-previsadas.

A comunicação entre as pessoas é algo múltipla, 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.