



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA

CONCURSO PÚBLICO

Aplicação: 14/12/2008

CARGO **004**:
TÉCNICO DE DESENVOLVIMENTO E ADMINISTRAÇÃO
PERFIL:
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

CADERNO DE PROVAS – PARTE II
CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS
DISCURSIVA

ATENÇÃO!

- » Leia atentamente as instruções constantes na capa da Parte I do seu caderno de provas.
- » Nesta parte do seu caderno de provas, que contém os itens relativos à prova objetiva de **Conhecimentos Específicos** e a **prova discursiva**, confira o número, o nome e o perfil de seu cargo transcritos acima, no rodapé de cada página numerada desta parte do caderno de provas, na **folha de respostas** e na **folha de texto definitivo da prova discursiva**.

AGENDA (datas prováveis)

- I **16/12/2008**, após as 19 h (horário de Brasília) – Gabaritos oficiais preliminares das provas objetivas: Internet — www.cespe.unb.br.
- II **17 a 21/12/2008** – Recursos (provas objetivas): exclusivamente no Sistema Eletrônico de Interposição de Recurso, Internet, mediante instruções e formulários que estarão disponíveis nesse sistema.
- III **21/1/2009** – Resultados final das provas objetivas e provisório da prova discursiva: Diário Oficial da União e Internet.
- IV **23/2/2009** – Resultado final da prova discursiva e convocação para a entrega da documentação para a avaliação de títulos: Diário Oficial da União e Internet.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o item 16 do edital n.º 1 – IPEA, de 8 de setembro de 2008.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet – www.cespe.unb.br.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

De acordo com o comando a que cada um dos itens de **51 a 120** se refira, marque, na **folha de respostas**, para cada item: o campo designado com o código **C**, caso julgue o item **CERTO**; ou o campo designado com o código **E**, caso julgue o item **ERRADO**. A ausência de marcação ou a marcação de ambos os campos não serão apenadas, ou seja, não receberão pontuação negativa. Para as devidas marcações, use a **folha de respostas**, único documento válido para a correção das suas provas.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

A todo momento, na área da informação, são difundidos fatos que os *gatekeepers* consideram, de acordo com sua cultura profissional, de interesse público. Considerando os fatores fundamentais para a organização da agenda de notícia, julgue os itens a seguir.

- 51** Acontecimentos fora do comum estão entre os valores-notícia primários que orientam o processo de construção de uma agenda noticiosa.
- 52** Seleção e hierarquização estão entre os principais fatores que orientam os *gatekeepers* em suas rotinas produtivas de aceitar ou rejeitar acontecimentos.

A	Pode começar com uma descrição do ambiente e valer-se de vários artifícios para manter o interesse do leitor, entre eles a cronologia e as relações causa-efeito.
B	Facilita o corte pelo pé, adequando-se, portanto, a diferentes aproveitamentos, de acordo com o meio e(ou) contexto.
C	Pode apresentar o fecho — ou a chave da história — no final, mantendo uma seqüência linear, na qual os acontecimentos são equacionados durante a narração.
D	É mais um formato do que um estilo, e é mais apropriado aos relatos impessoais de fatos impactantes de última hora.
E	Adapta-se mais a reportagens longas, requerendo fotos e ilustrações que ajudem o leitor a visualizar os dados e retê-los na memória, até o desfecho. Pode comportar vários textos, coordenados entre si, a partir de uma idéia central.
F	Resume a história já no primeiro parágrafo, para depois organizá-la de forma decrescente em termos de impacto e emoção.

Considerando as características específicas da estrutura de determinados estilos de textos jornalísticos descritas na tabela acima apresentada, julgue os próximos itens.

- 53** As características identificadas nas alíneas A, C e E correspondem ao estilo de texto denominado pirâmide normal.
- 54** Constituem características próprias do estilo pirâmide invertida as identificadas nas alíneas D e F.
- 55** O corte pelo pé, mencionado na alínea B, constitui função da pirâmide invertida e facilita o trabalho dos editores na adequação de texto e espaço.

Diversos autores, entre eles, Stuart Hall, consideram que as notícias fazem parte de um processo social de produção, no qual há definidores primários e definidores secundários. Com base nessa classificação e acerca das funções da atividade jornalística, julgue os itens subseqüentes.

- 56** Porta-vozes institucionais se transformam em definidores primários do que é noticiável, na medida em que seu prestígio como peritos nos assuntos de interesse público aumenta.
- 57** Fontes extraoficiais estão entre as categorias de definidores primários do que é noticiável na medida de sua competência para sugerir pautas aos repórteres setoriais.
- 58** Considerando-se a singularidade como categoria central do jornalismo, pode-se inferir que quanto mais singulares são os fatos, mais impregnados de noticiabilidade eles estarão.

Com relação às peculiaridades e à linguagem própria de cada veículo de comunicação, julgue os itens que se seguem.

- 59** Entre os veículos de comunicação, o rádio é aquele em que a repetição (de palavras, notícias ou entrevistas) é uma prática recomendável.
- 60** Na linguagem radiofônica, a repetição é uma prática recomendável apenas em se tratando de manchetes de impacto, excetuando-se as entrevistas ou trechos delas.
- 61** A vantagem do jornal impresso sobre a televisão é que o leitor pode voltar quantas vezes quiser à notícia. Em contrapartida, o jornal impresso é essencialmente descritivo, enquanto a TV, além de descrever os acontecimentos, mostra-os.

Seqüência e agrupamento são procedimentos regulares na estruturação dos relatos jornalísticos, mas redimensionados no contexto do *webjornalismo*. Com base nessa nova realidade proporcionada pelo avanço tecnológico, julgue os itens a seguir.

- 62** No que diz respeito à apresentação das notícias, no ambiente de hipermídia, a busca da velocidade exige um fácil rolamento das páginas em detrimento da abertura de *links*.
- 63** No modo de apresentação das notícias, há variações significativas entre mídia e hipermídia, sendo mais apropriado ao primeiro contexto a primazia da seqüência e ao segundo, a primazia do agrupamento.

Com relação aos recursos inovadores utilizados para a comprovação de acessibilidade e uso de sítios e portais da Internet, julgue os itens seguintes.

- 64** Há ferramentas capazes de produzir relatórios com base em visitas e visitantes e informar o número total e individual de acessos e de usuários.
- 65** Há ferramentas capazes de produzir relatórios com base em padrões de uso, informando o número de páginas acessadas e respectivas médias, o tempo de conexão (ou visita ao sítio) e a forma de acesso (se direto ou via sítios de referências).

Assessoria de imprensa que funciona o bom repórter respeita; da assessoria de imprensa que não funciona o bom repórter passa por cima, preferindo buscar a notícia direto na fonte. Isso significa que essa porta deve estar sempre escancarada e que, por ela, os jornalistas devem circular à vontade.

Maurício Lara. *As sete portas da comunicação pública* (com adaptações).

Com base na perspectiva de assessoria de imprensa apresentada no texto acima, julgue os próximos itens.

- 66** Dado que uma das dificuldades enfrentadas pela assessoria de imprensa é o controle da informação que pode virar notícia, é papel do assessor selecionar as informações e restringir o acesso dos jornalistas diretamente às fontes.
- 67** Um recurso eficiente e recomendável para uma empresa resolver problemas com jornalistas de um veículo de comunicação é procurar o setor comercial ou o de *marketing* e apelar para a condição de anunciante.
- 68** Ainda que a assessoria de imprensa deva estar sempre disponível para receber repórteres, a marcação de visita é aconselhável em situações mais formais, tal como em contatos comerciais.

A consolidação da indústria da comunicação como negócio tem algumas implicações. Hoje, a aproximação entre as áreas comercial e editorial da imprensa é mais sutil. Veículos estabelecem parcerias com empresas para execução de inúmeros projetos editoriais e comerciais, como fascículos, encartes especiais, prêmios, concursos etc. Não se trata do processo tradicional, absolutamente condenável, de matéria paga, mas de uma forma mais inteligente e perigosa de relacionamento, pois não é devidamente explicitado, logo, não é transparente.

Wilson da Costa Bueno. *Comunicação empresarial*, p. 66.

A partir do texto acima, julgue o item subsequente.

- 69** A relação entre a área comercial e a redação, realidade da mídia contemporânea, deve ser considerada pelos profissionais de comunicação empresarial para que possam identificar tráfegos de influência, sobretudo os que estejam favorecendo concorrentes.

Atualmente, novos veículos informativos são ofertados ao público por diversas instituições, inclusive por segmentos do setor público. São mídias difusoras de um jornalismo corporativo, mantidas e administradas por atores sociais que, até então, desempenhavam apenas o papel de fontes de informações e, hoje, podem ser denominados mídias das fontes. O objetivo desses grupos é deter uma visibilidade pública e a meta, inserir-se na esfera pública.

Chico Sant'Anna. *Jornalismo corporativo — tarefa de quem?* In: Boanerges Lopes e Roberto Fonseca Vieira. *Jornalismo e relações públicas: ação e reação. Uma perspectiva conciliatória possível*. Rio de Janeiro. Mauad, 2004, p. 107-140-200.

Com base no texto acima, julgue o item seguinte.

- 70** A imprensa, tradicionalmente vista como expectadora externa aos fatos, começa a perder a totalidade do domínio da cena informativa, e a opinião pública passa a contar com informações coletadas, selecionadas, tratadas editorialmente, filtradas e difundidas por instituições, entidades ou movimentos sociais que possuem interesses corporativos.

Com relação às estratégias de planejamento de comunicação na formação da imagem institucional diante de situações de crise, julgue o próximo item.

- 71** Suponha que, em uma sexta-feira, um jornal televisivo, logo após anunciar que o governo decidira instalar um gabinete especial para tentar amenizar os problemas provenientes de uma epidemia que assolava um estado da Federação, tenha anunciado que a primeira reunião do referido gabinete seria realizada na segunda-feira seguinte. Nessa situação, a estratégia adotada pelo governo de anunciar a criação do gabinete nas circunstâncias descritas foi uma decisão correta.

A respeito da SECOM e suas atribuições, julgue os itens que se seguem.

- 72** A Secretaria de Comunicação (SECOM) é a secretaria responsável pela comunicação da Presidência da República e atua para que as ações de comunicação obedeçam a critérios de transparência, adequação e racionalidade na aplicação dos recursos utilizados por esse órgão.
- 73** O plano de comunicação é elaborado todos os anos pela SECOM e estabelece políticas e diretrizes, consolidando a agenda das ações prioritárias para levar informação à sociedade.

Em uma organização pública, a comunicação faz parte do serviço prestado pelo órgão, razão pela qual as informações jornalísticas de uma instituição pública devem estar focadas no cidadão, na cidadania e no devido decoro. A partir de tais premissas, julgue os itens a seguir.

- 74** Informações adquiridas em *off* não são adequadas para o material informativo de uma instituição pública, embora o sigilo da fonte seja uma prerrogativa profissional do jornalista.
- 75** Conteúdos jornalísticos originários de instituições públicas, por não serem informações de massa, não têm necessariamente de passar pela tradução de termos técnicos, sob pena de perderem em exatidão.

Ao se redigir um conteúdo para veículos de comunicação de massa, é preciso levar em conta as potencialidades e as limitações de cada um. Com base nessa premissa, julgue o seguinte item.

76 O rádio, ao contrário da televisão, não monopoliza a atenção do público; a mídia impressa, por sua vez, favorece a análise e a reflexão.

Os gêneros fotojornalísticos estão classificados em notícias (incluindo-se os subgêneros das *spot news* e das notícias em geral), *features*, retrato, ilustrações fotográficas, paisagem e histórias em fotografias ou *picture stories* (que englobam os subgêneros das fotorreportagens e dos fotoensaios, podendo misturar fotografias de várias categorias anteriores).

Jorge Pedro Sousa. *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Internet: <www.bocc.ubi.pt> (com adaptações).

Tendo como base as categorias enumeradas no texto acima, julgue os itens subseqüentes.

77 Classifica-se como notícias em geral (*general news*) a cobertura de ocorrências como entrevistas, reuniões políticas, atividades diplomáticas, congressos, cerimônias, manifestações, comícios, ciência e tecnologia, artes e espetáculos, desfiles, festas, desporto.

78 São caracterizadas como *picture stories* as fotografias *únicas* de acontecimentos *duros* (*hard news*), freqüentemente imprevistos.

Considerando as técnicas de recursos públicos, julgue os próximos itens.

79 Os princípios que norteiam o texto utilizado na comunicação empresarial são os mesmos que regulam o texto jornalístico porque ambos estão comprometidos com a divulgação de fatos e situações.

80 O conceito de público diferencia-se do conceito de mercado; neste estão incluídos os indivíduos que adquirem produtos e serviços e naquele, os grupos sociais que respondem às organizações.

81 Um processo de comunicação institucional desenvolvido metódica e sistematicamente favorece a efetivação de diálogos duradouros com os diversos grupos interessados na organização.

82 O conhecimento dos grupos espontâneos ou formais que estão, direta ou indiretamente, interessados na organização deve ser uma grande preocupação para o estabelecimento do processo de relações públicas.

Segundo estimativa do mercado, no Brasil, os investimentos em eventos totalizaram cerca de R\$ 1,3 bilhão em 2005, montante que já representa 8% de tudo que o chamado *marketing* promocional fatura no país. Dados da Associação de *Marketing* Promocional (AMPRO) sinalizam que, em 2004, a penetração da atividade eventos entre as 100 maiores empresas do Brasil chegou a 95%, tendo superando até mesmo o índice de 90% da publicidade. Com base nessas informações, julgue os itens que se seguem.

83 Nos últimos anos, o Brasil tem presenciado uma profusão dos chamados eventos proprietários, que são aqueles implementados por instituições, tanto privadas quanto públicas, com o objetivo de promover a responsabilidade social das empresas participantes.

84 Devido à diversidade de tipos de eventos promovidos atualmente, é inócuo e quase impossível proceder a uma classificação ou a uma tipologia de eventos.

85 As normas de cerimonial e protocolo visam principalmente às precedências, isto é, em um evento, deve-se observar a hierarquização dos cargos e sua representatividade.

86 Eventos técnicos são altamente especializados em tendências e negócios e possuem teor e conteúdo extremamente focado em seu próprio segmento, dando ênfase às partes técnicas e profissionalizantes.

No que se refere à linguagem dos meios de comunicação, julgue os seguintes itens.

87 O *briefing* é um conjunto de informações e imagens que, na atividade de assessoria, serve para definir as estratégias de um planejamento de campanha.

88 A estratégia discursiva das fontes não se limita à produção do próprio discurso e busca influir sobre o agendamento da mídia.

Considerando que o conhecimento científico chega ao público por distintas etapas de acessibilidade, julgue os itens a seguir.

89 Não existe ciência sem publicidade, embora as descobertas científicas venham a público primeiramente por meio do jornalismo científico e das publicações de divulgação científica, ficando as publicações laboratoriais inter pares encarregadas da tradução da linguagem especializada para a linguagem corrente.

90 Não existe ciência sem publicidade, embora as novidades científicas venham a público primeiramente por meio de comunicações em publicações inter pares, ficando as publicações de divulgação científica e de jornalismo científico encarregadas da vulgarização da ciência.

Com relação a publicações empresariais, julgue os seguintes itens.

- 91 Entre os propósitos básicos das publicações empresariais estão o combate ao desconhecimento a respeito da empresa e a promoção da integração entre os públicos ligados a ela.
- 92 A mídia social é um veículo de divulgação que as corporações comprometidas com a responsabilidade social estão desenvolvendo como forma de criar canais de informação com as comunidades que atendem.
- 93 Denomina-se *publeditorial* o recurso utilizado por jornais e revistas de grande circulação, para publicações de interesse de empresas e(ou) parceiros, que deixa claro e transparente para o leitor que a matéria elaborada não é de responsabilidade da redação do veículo de informação.

Com base no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), julgue os itens subsequentes.

- 94 O jornalista tem o direito de não levar em conta opiniões divergentes das dele, em caso de indícios de que os interlocutores envolvidos estejam agindo de forma tendenciosa.
- 95 O jornalista tem o direito de se recusar a executar tarefas que estejam em desacordo com o Código de Ética ou que agridam as suas convicções.
- 96 É dever do jornalista denunciar às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente as práticas de assédio moral no trabalho.

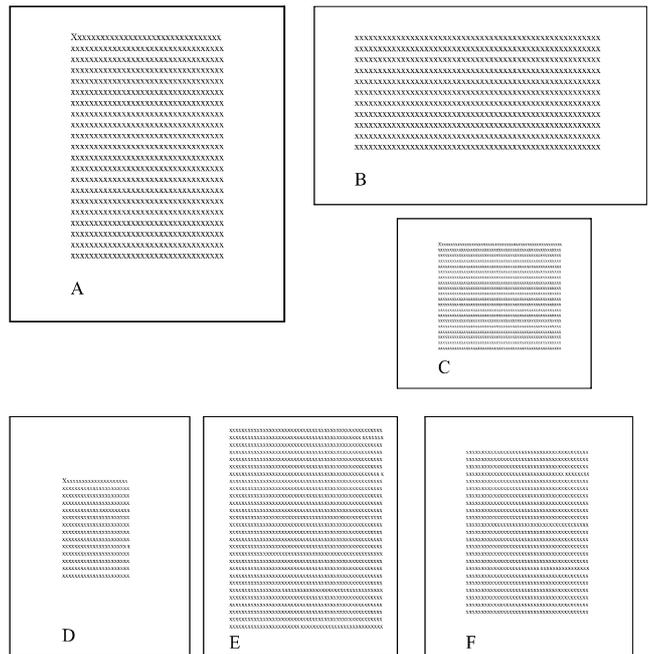
No que se refere a materiais jornalísticos, tais como *press release* e publicação interna, julgue os próximos itens.

- 97 No Brasil, a partir da década de 80 do século XX, com a redemocratização do país, com os novos padrões de competitividade e a necessidade das organizações de darem satisfações à sociedade, o *release* foi utilizado de forma abusiva, tornando-se veículo de promoção e venda, em detrimento da informação.
- 98 A nota é um texto destinado para apenas um jornalista ou veículo de comunicação, o que aumenta as chances de ela ser aproveitada e obter mais destaque.

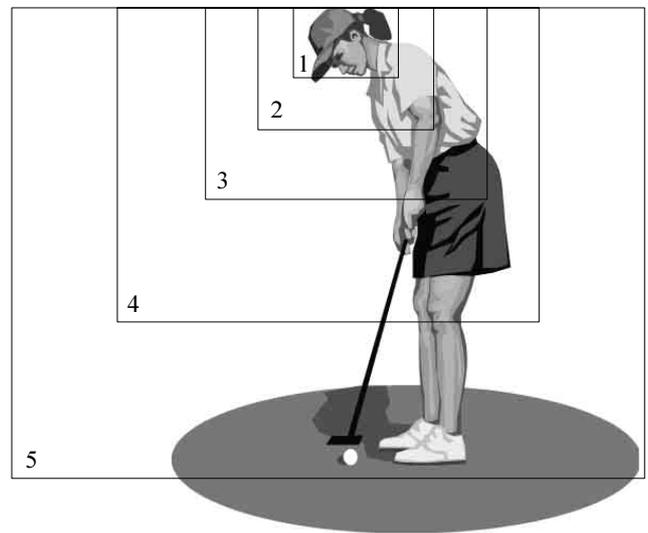
Com relação às técnicas administrativas aplicadas a relações públicas, julgue os itens seguintes.

- 99 As organizações baseadas em informações exigem, em geral, uma estrutura hierárquica do tipo pirâmide para que o fluxo de informação possa circular em sentido descendente.
- 100 A atividade de relações públicas consiste na gestão da função política da organização.

Considerando que harmonia e proporção estão entre os principais fatores para uma boa composição gráfico-visual, julgue os itens subsequentes.



- 101 Nas composições A, B e C, existe situação harmônica da massa em relação à superfície que a abrange.
- 102 Comparando-se as composições D, E e F, conclui-se que apenas em F há equilíbrio entre tamanho e peso do elemento com o tamanho e a forma da composição.



Considerando os enquadramentos de câmera na figura acima apresentada, julgue as associações propostas nos itens que se seguem.

- 103 1 = primeiro plano; 2 = *close*; 3 = plano médio; 4 = plano americano; 5 = plano geral
- 104 1 = *close*; 2 = primeiro plano; 3 = plano americano; 4 = plano médio; 5 = plano geral

Há 30 anos, a UNESCO promoveu uma conferência mundial para debater a desigualdade dos fluxos da informação pelo mundo e propor uma nova ordem mundial da informação, que não se consolidou, mas serviu para incluir a comunicação no elenco dos direitos do cidadão. Com base nessa mudança de paradigma, julgue os seguintes itens.

105 Como resultado do Relatório McBride, a UNESCO logrou equilibrar as fluxos internacionais da informação.

106 A comunicação está inserida entre os direitos e garantias fundamentais, em simetria com a liberdade de consciência, expressão e manifestação.

Já na década de 80, estudiosos advertiam para a inconsistência de modelos de comunicação assentados em uma suposta relação emissor/receptor em que o emissor era tido como veículo de comunicação de massa. O problema, segundo os especialistas, estava no surgimento de poderosas estruturas organizativas para atuarem junto aos emissores. Nas décadas subseqüentes, tal fenômeno ganhou ainda mais corpo e designação específica. A esse respeito, julgue os itens que se seguem.

107 Quedas no faturamento das grandes empresas de comunicação, enxugamento dos quadros de jornalistas nas redações, crescimento de oportunidade para jornalistas em setores extra-redação e facilidades tecnológicas para a comunicação direta com os destinatários estão entre os principais fatores responsáveis pelo surgimento do fenômeno designado mídia das fontes (ou jornalismo corporativo).

108 A crescente produção rotineira de material informativo para os veículos de informação por parte das assessorias de relações públicas e o elevado grau de aproveitamento de *press releases* estão entre os principais fatores responsáveis pelo surgimento do fenômeno designado como mídia das fontes (ou jornalismo corporativo).

Acerca das características específicas para uso dos meios de comunicação, julgue os itens subseqüentes.

109 O regulamento do Online Journalism Awards favorece um novo cenário, no qual a categorização da informação na Web contempla, entre outras categorias, o *breaking news*, as notícias de última hora com cobertura especial e o jornalismo de serviços, que privilegia conteúdos para a melhoria da qualidade de vida em todos os sentidos.

110 A codificação da mensagem informativa ou noticiosa dos veículos de comunicação resulta de processo evolutivo no qual os próprios veículos foram aprendendo a codificar suas mensagens de acordo com os canais utilizados. Nos anos 50, os jornais passaram a utilizar uma técnica de construção do texto baseada na cultura visual, em que os elementos gráficos na composição das páginas eram supervalorizados.

111 No rádio, as matérias costumam ter dois lides, um na abertura e outro no pé: são os dois momentos em que o ouvinte mais presta atenção à notícia.

No que se refere a publicações, expositivos e folhetos, bem como às técnicas de produção gráfica e de utilização de recursos jornalísticos, julgue os próximos itens.

112 Classifica-se como descritivo o seguinte lide: Se você pretende viajar no seu carro este fim de semana, encha o tanque mais cedo. Por determinação da PETROBRAS, os postos de todo o Brasil funcionarão apenas até às 17 horas de sexta-feira.

113 Graficamente, recomenda-se que o lide tenha, no máximo, 4 a 5 linhas de 70 toques.

114 Um dos princípios básicos da diagramação é a zona visual primária.

115 Nos eventos corporativos, a tecnologia está presente em cenários virtuais, projeções diferenciadas, personagens eletrônicos, transmissões simultâneas e até na interligação de praças, o que contribui para conferir emoção ao evento.

116 Embora existam milhares de tipos gráficos disponíveis atualmente, a maior parte deles pode ser classificada em poucas categorias básicas. Um tipo muito utilizado modernamente é o sem serifa, exemplificado na escrita da seguinte expressão: SEM SERIFA.

Considerando o planejamento e a execução de atividades de relações públicas, julgue os itens que se seguem.

117 Vários fatores influenciam os sistemas protocolares do MERCOSUL, entre eles, a fragilidade dos sistemas políticos e a maneira peculiar de governar de alguns presidentes latino-americanos.

118 Entre os principais objetivos da função de planejamento das relações públicas, destacam-se: a formulação de estratégias para a mídia; a organização de recursos técnicos e físicos dos programas de relacionamento; a elaboração do orçamento do setor de relações públicas; o atendimento às necessidades da diretoria do setor.

Ao analisar propostas apresentadas por *webdesigners* para a construção de um sítio institucional, um assessor de comunicação deve ter em vista alguns princípios correntes na cultura do *webdesign*. Com base nesse procedimento, julgue os itens seguintes.

119 A escolha do projeto deve recair sobre o que melhor contemplar os aspectos de multidisciplinaridade, arquitetura da informação, programação, usabilidade e acessibilidade.

120 A escolha deve recair sobre o projeto que melhor contemplar os aspectos de singularidade e de arquitetura que melhor disponibilize pacotes de informações, programas para *download* e guias de busca e de pesquisa.

PROVA DISCURSIVA

- Nesta prova, que vale **dez** pontos, faça o que se pede, usando o espaço para rascunho indicado no presente caderno. Em seguida, transcreva o texto para a **FOLHA DE TEXTO DEFINITIVO DA PROVA DISCURSIVA**, nos locais apropriados, pois **não será avaliado fragmento de texto escrito em local indevido**.
- Qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de **trinta** linhas será desconsiderado.
- Na **folha de texto definitivo**, identifique-se apenas no cabeçalho da primeira página, pois **não será avaliado** texto que tenha qualquer assinatura ou marca identificadora fora do local apropriado.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) tem como:

- **Missão**

Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

- **Desafios**

- ▶ contribuir para a formulação de uma estratégia de desenvolvimento nacional em diálogo com atores sociais;
- ▶ fortalecer a integração institucional do IPEA no governo federal;
- ▶ organizar uma rede de produção e gestão pública de conhecimento;
- ▶ ampliar a participação do IPEA no debate internacional sobre desenvolvimento;
- ▶ criar uma estratégia eficiente de gestão do conhecimento e de gerenciamento de informações.

A partir das informações acima, redija um texto dissertativo que apresente um plano de ação de comunicação para o IPEA em acordo com a missão e com os desafios desse órgão e que contemple recursos tecnológicos adequados, especialmente, no que se refere ao uso da Internet. Ao elaborar seu texto, contemple, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ apresentação do plano;
- ▶ objetivos do plano;
- ▶ desenvolvimento da estratégia;
- ▶ elenco de ações e produtos decorrentes;
- ▶ cronograma de execução.

ATENÇÃO: Você poderá citar elementos da missão e dos desafios, mas perderá 30% da nota relativa ao conteúdo se utilizar mais de dez linhas apenas repetindo a citação do referidos elementos. Nesse sentido, a contagem de linhas será feita pela soma de trechos em que se constatar a mera repetição.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	