

**AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEXBRASIL)****PROCESSO SELETIVO PÚBLICO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS E A FORMAÇÃO DE CADASTRO
DE RESERVA PARA O CARGO DE ANALISTA I.1****AVALIAÇÃO ORAL POR COMPETÊNCIAS
PERFIL 1: COMUNICAÇÃO****QUESTÃO 1**

Considere a seguinte situação hipotética:

A APEX Brasil realizará um evento para apresentar o Relatório de Gestão 2022 da empresa aos diferentes *stakeholders* com os quais se relaciona. Para apresentar os resultados à sociedade e aos diferentes públicos de interesse, a área de comunicação da APEX Brasil planeja realizar uma coletiva de imprensa.

Tendo como referência a situação hipotética apresentada, indique as ações, os produtos e os serviços que a área de comunicação da APEX Brasil deverá desenvolver e executar para realizar a coletiva de imprensa, com foco na comunicação dos resultados para jornalistas de veículos de comunicação.

TÓPICOS DOS OBJETOS DE AVALIAÇÃO ABORDADOS

2 Públicos de uma instituição. 3 Assessoria de imprensa. 4 *Release*, *press-kit* e organização de entrevistas coletivas. 5 Notas oficiais. 6 *Clipping*.

COMPETÊNCIAS

Liderança e Protagonismo

NORTEADORES DO COMPORTAMENTO

Foco no cliente e Lealdade

PADRÃO DE RESPOSTA

O(A) candidato(a) deverá considerar os aspectos que envolvem a comunicação institucional, o assessoramento de imprensa e o relacionamento com jornalistas e veículos de comunicação.

Para tal, o candidato deve compreender o modelo de negócio da APEX Brasil e seus diferentes *stakeholders* para articular estrategicamente a comunicação com a imprensa. Isso porque o que for conteúdo publicado nos jornais, redes sociais, veículos especializados segmentados ou não, públicos ou privados, impacta também na gestão da informação da APEX Brasil e nos diferentes *stakeholders*, a saber: gerentes, coordenadores, instâncias internas de governança, instâncias externas de governança (como órgãos de controle), governo e políticas públicas e a sociedade (empresas, entidades e cidadãos).

Assim, o candidato deve, em sua resposta, contemplar o conhecimento sobre os públicos de interesse da APEX Brasil para apresentar quais produtos e serviços a área de comunicação deverá desenvolver e executar para a realização da coletiva de imprensa.

A realização da coletiva de imprensa exige um planejamento anterior, que inclui treinamento da fonte ou porta-voz que irá apresentar o Relatório de Gestão, voltado aos aspectos de hierarquização das informações constantes no documento publicado anualmente, na tradução das informações (volumosas, numerosas e complexas) que estão disponíveis no documento. Além desses aspectos de conteúdo, o candidato deve mencionar.

- a produção e distribuição de *releases*, que também podem ser na forma de Comunicado (com

informações acerca da realização da coletiva de imprensa);

- os aspectos relativos à produção de materiais de apoio como *press-kit* (produção de pastas, materiais com análise, o relatório de gestão em si, blocos de anotações, canetas e materiais e divulgação institucional da APEX Brasil), incluindo-se disponibilidade de materiais (infografias, *dashboards*, banco de imagens).

Para a realização da coletiva de imprensa, o candidato necessita mencionar as regras de realização da entrevista coletiva, se haverá perguntas por blocos ou temas, se haverá disponibilidade da fonte para perguntas individuais após a entrevista coletiva, quais os veículos que serão convidados, planejar o local e o horário (considerando os aspectos de fechamento de edição).

O planejamento da coletiva de imprensa não acaba no encerramento do evento; por isso, é importante que o candidato mencione como vai articular para consolidar os resultados desse momento com os jornalistas, indicando a realização de *clipping* tradicional e também a utilização desse conteúdo divulgado para compartilhamento e engajamento nas redes sociais e demais canais de comunicação da APEX Brasil, compreendendo a importância da recirculação desses conteúdos e de seu alcance em tempos de redes digitais.

**AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEXBRASIL)****PROCESSO SELETIVO PÚBLICO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS E A FORMAÇÃO DE CADASTRO
DE RESERVA PARA O CARGO DE ANALISTA I.1****AVALIAÇÃO ORAL POR COMPETÊNCIA
PERFIL 1: COMUNICAÇÃO****QUESTÃO 2**

As relações públicas são parte integrante do sistema organizacional. Sua atuação contribui para agregar valor e ajudar a organização a cumprir sua missão e alcançar seus objetivos globais.

As funções desenvolvidas pelos(as) relações públicas consideradas essenciais na organização incluem a administrativa, a estratégica, a mediadora e a política. Elas não apenas destacam a importância do profissional de comunicação como também auxiliam a sobrevivência e o sucesso da organização.

Considerando a importância do relacionamento dos(as) relações públicas com a administração de empresas e organizações, discorra sobre as quatro funções desenvolvidas pelos(as) relações públicas mencionadas no texto anterior.

TÓPICOS DOS OBJETOS DE AVALIAÇÃO ABORDADOS

8 Interfaces entre as relações públicas e a administração da empresa.

COMPETÊNCIAS

Liderança e Protagonismo

NORTEADORES DO COMPORTAMENTO

Foco no Cliente e Lealdade

PADRÃO DE RESPOSTA

A área de relações públicas é um subsistema organizacional que tem o foco central de fortalecer o sistema institucional das organizações. Utiliza para esse fim, técnicas, instrumentos e estratégias de comunicação.

Para o processo de planejamento e gestão das relações públicas nas organizações, destacam-se as funções:

Administrativa que ajuda a organização a estabelecer e manter canais mútuos de comunicação, a aceitação e cooperação entre a organização e seus públicos, envolvendo administração de crises ou controvérsias, auxilia ainda a administração a manter-se informada e a responder a opinião pública; define e enfatiza a responsabilidade da administração em servir o interesse público. Ajuda a gerência a manter o passo com as mudanças e utilizá-las efetivamente, funcionando como sistema preventivo para antecipar tendência. Utiliza ainda, pesquisas, técnicas e ética na comunicação como ferramentas.

Estratégica é para ajudar a organização a se posicionar perante a sociedade, demonstrando a razão de ser do empreendimento, esclarecendo qual é sua missão, sua visão e seus valores. Abrem canais de comunicação entre a organização e os públicos, em busca da confiança mútua, construindo credibilidade e valorizando a dimensão social da organização.

Como função estratégica assessoram os dirigentes, identificando problemas e oportunidades

relacionadas com a comunicação e a imagem institucional da organização no ambiente social.

Mediadora é a função de moldar e implementar programas de mediação entre interesses sociais, políticos e econômicos capazes de influenciar o crescimento e(ou) sobrevivência básica da organização. Tem a responsabilidade de identificar as formas e os efeitos das mudanças no ambiente da organização de potencial de mediação e informar antecipadamente todas as outras atividades da organização.

Política é a função que lida com as relações de poder dentro das organizações e com a administração de controvérsias, crises e conflitos que acontecem no ambiente do qual as relações públicas fazem parte.

É importante que o profissional compreenda como se processam as relações de poder no interior das organizações e sua influência nas relações com o ambiente externo, compreendendo que as organizações são interdependentes e estão sujeitas às forças do controle externo. Pode-se dividir aqui o poder em dois: o micro e o macro, sendo o micro aquele que se refere aos indivíduos e grupos dentro da organização e o macro, aquele que advém do controle externo e das forças sociais.

**AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEXBRASIL)****PROCESSO SELETIVO PÚBLICO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS E A FORMAÇÃO DE CADASTRO
DE RESERVA PARA O CARGO DE ANALISTA I.1****AVALIAÇÃO ORAL POR COMPETÊNCIAS
PERFIL 1: COMUNICAÇÃO****QUESTÃO 3**

Nas relações públicas estratégicas, destaca-se o inter-relacionamento entre escopo de mercado e os públicos, identificando-se as oportunidades e ameaças. No dia a dia, as ações das relações públicas baseiam-se em uma série de decisões, de caráter interno e externo, necessárias diante de possíveis contingências ambientais.

Considerando o fragmento de texto apresentado, discorra sobre a forma como as relações públicas podem exercer sua função estratégica.

TÓPICOS DOS OBJETOS DE AVALIAÇÃO ABORDADOS

1 Relações públicas. 1.1 Conceitos básicos, natureza e funções estratégicas.

COMPETÊNCIAS

Liderança e Protagonismo

NORTEADORES DO COMPORTAMENTO

Foco no cliente e Lealdade

PADRÃO DE RESPOSTA

O candidato deverá demonstrar compreensão sobre o campo de atuação profissional das relações públicas nas organizações em uma perspectiva integrada com o jornalismo e a publicidade e propaganda e, especialmente, sobre a função estratégica das relações públicas.

Isso significa que o candidato deve demonstrar conhecer a contribuição das relações públicas como um valor econômico para as organizações. Sendo assim, as atividades de relações públicas devem apresentar resultados e ajudar as organizações a atingir seus objetivos, cumprindo sua missão, desenvolvendo sua visão e cultivando seus valores.

Exercer as funções estratégicas das relações públicas significa ajudar as organizações a se posicionar perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento (missão), quais os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como definir uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro.

A partir da função estratégica das relações públicas, abrem-se canais de comunicação entre a organização e os públicos, em busca de confiança mútua, de modo a construir a credibilidade e valorizar a dimensão social da organização, o que enfatiza missão, propósitos e princípios e, com isso, fortalece seu lado institucional.

Para exercerem suas funções estratégicas, os estrategistas de relações públicas assessoram dirigentes, identificam problemas e oportunidades relacionados com a comunicação e a imagem institucional da organização no ambiente social, avaliando como o comportamento dos públicos e da opinião pública pode afetar os negócios e a própria vida da organização.

Com base nas pesquisas e planejamento, as relações públicas devem encontrar as melhores estratégias comunicacionais para prever e enfrentar as reações dos públicos e da opinião pública em relação às organizações dentro da dinâmica social. Lidam com comportamentos, atitudes e conflitos e se valem de instrumentos de comunicação para promover relacionamentos efetivos. As relações públicas atuam com as

questões que dizem respeito à visibilidade interna e externa.

A função estratégica de relações públicas deve ser executada em conjunto com outras áreas da comunicação, a fim de capitalizar sinergicamente os objetivos e esforços globais da organização.

**AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEXBRASIL)****PROCESSO SELETIVO PÚBLICO PARA O PROVIMENTO DE VAGAS E A FORMAÇÃO DE CADASTRO
DE RESERVA PARA O CARGO DE ANALISTA I.1****AVALIAÇÃO ORAL POR COMPETÊNCIA
PERFIL 1: COMUNICAÇÃO****QUESTÃO 4**

When preparing activities to be carried out by a Press Office team, one must first be able to define the terms “planning”, “policy”, “plan” and “strategy”, and to tell them apart, since each of these terms denotes a different stage of a process relating to such activities.

In their capacity as press officers, journalists should strive to avoid improvisation by knowing and following the planning stages. By doing so, they will be acting in accordance with the organization’s rules and will be able to assess the results of their actions.

Consider the following hypothetical situation:

A communications professional who has just started to work as part of the Press Office team at APEX is faced with a crisis situation which required them to act quickly. To tackle the crisis, they have to consider the four elements mentioned in the text above: planning and its phases; policy; plan; and strategy.

Based on the text above and the hypothetical situation presented, briefly analyze such elements and point out their importance in the organization.

TÓPICOS DOS OBJETOS DE AVALIAÇÃO ABORDADOS

3 Assessoria de imprensa. 7 Planejamento da comunicação organizacional. 8 Interfaces entre as relações públicas e a administração de empresas.

COMPETÊNCIAS

Liderança e Protagonismo

NORTEADORES DO COMPORTAMENTO

Foco no Cliente e Lealdade

PADRÃO DE RESPOSTA

Even in a crisis situation, it is advisable that the professional learn about the organization and become familiar with its guidelines as to the processes that are essential to reliable decision-making. They should be aware of such information to take control of the situation.

The professional should also know that planning is defined as the act of, in an orderly and logical manner, relating and assessing information and activities to be carried out within a specific period of time, in order to achieve preset objectives. It is a process that encompasses the organization’s goals, objectives, target audience and, most importantly, the communication policies to be adopted.

Policies are defined as a set of norms on which organizational communication activities are based. They are to be outlined in accordance with an objective that is the ultimate goal of all activities and against which there are no arguments.

Plans are the measures to be taken to reach established goals. They are documents based on what was established during planning. These plans define what type of attitude will normally be adopted when providing

press relations services.

Finally, strategies are tactics that are occasionally applied in situations concerning the assisted person/company and require special actions.

The stages in the planning process, whose classification and terminology vary from author to author, can be divided into four phases, according to Raimar Richers (1983, p. 22): analysis — knowing the institution, its audiences and the context by which it is surrounded; adaptation — adjustment to realities detected before the projection of necessary actions, with the definition of policies and plans; activation — phase in which plans are put into practice, as required by organizational guidelines; evaluation — phase that involves a study of the results of every plan and strategy used, in order to verify if they were the most adequate in the situation. The planning work is permanent, dynamic, and integrated, and the different stages can occur simultaneously.

Therefore, even in a crisis situation and in the case of being a newcomer to the organization, the professional should become familiar with all these elements before getting started. Being unaware of internal processes may aggravate the crisis situation faced by the organization.