

REDAÇÃO EMPRESARIAL

Valásca Scarlat Carvalho da Fonseca
Ariadna Lima

GESTÃO E NEGÓCIOS

REDAÇÃO EMPRESARIAL

Valesca Scarlet Carvalho da Fonseca
Ariadna Lima

GESTÃO E NEGÓCIOS



Autoras

Valesca Scarlat Carvalho da Fonseca

Graduada em Letras – Língua Portuguesa e respectiva Literatura pela Universidade de Brasília, mestra em Literatura Comparada pela mesma instituição. Atua como avaliadora de provas discursivas para bancas como Cebbraspe e Fundação Getúlio Vargas, com revisão gramatical e, atualmente, com produção de conteúdo educacional para a NT Editora.

Ariadna Lima

Graduada em Letras – Licenciatura em Português e Inglês pelo Centro Universitário de Brasília, possui especialização em Administração de Recursos Humanos pelo Centro Universitário do Distrito Federal e em Educação a Distância pela Universidade Católica de Brasília. Aposentada da Caixa Econômica Federal, atua como professora do Instituto de Educação Superior de Brasília, desenhista instrucional de cursos on-line da Escola de Administração Fazendária e de cursos on-line da Companhia de Águas e Esgotos de Brasília, além de desenhista instrucional e conteudista do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento no Brasil.

Design Instrucional

NT Editora

Projeto Gráfico

NT Editora

Revisão

Michael Jacinto

Capa

NT Editora

Editoração Eletrônica

Rebeca Bafica

Ilustração

Willian Sales

NT Editora, uma empresa do Grupo NT

SCS Quadra 2 – Bl. C – 4º andar – Ed. Cedro II

CEP 70.302-914 – Brasília – DF

Fone: (61) 3421-9200

sac@grupont.com.br

www.nteditora.com.br e www.grupont.com.br

Fonseca, Valesca Scarlat Carvalho da; Lima, Ariadna.
Redação empresarial / Valesca Scarlat Carvalho da Fonseca;
Ariadna Lima – 1. ed. – Brasília: NT Editora, 2020.
116 p. il. ; 21,0 X 29,7 cm.

ISBN 978-65-5914-000-8

1. Redação. 2. Métodos.

I. Título

Copyright © 2020 por NT Editora.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer modo ou meio, seja eletrônico, fotográfico, mecânico ou outros, sem autorização prévia e escrita da NT Editora.

ÍCONES

Prezado(a) aluno(a),

Ao longo dos seus estudos, você encontrará alguns ícones na coluna lateral do material didático. A presença desses ícones o(a) ajudará a compreender melhor o conteúdo abordado e a fazer os exercícios propostos. Conheça os ícones logo abaixo:



Saiba mais

Esse ícone apontará para informações complementares sobre o assunto que você está estudando. Serão curiosidades, temas afins ou exemplos do cotidiano que o ajudarão a fixar o conteúdo estudado.



Importante

O conteúdo indicado com esse ícone tem bastante importância para seus estudos. Leia com atenção e, tendo dúvida, pergunte ao seu tutor.



Dicas

Esse ícone apresenta dicas de estudo.



Exercícios

Toda vez que você vir o ícone de exercícios, responda às questões propostas.



Exercícios

Ao final das lições, você deverá responder aos exercícios no seu livro.

Bons estudos!

Sumário

1 TEXTOS EMPRESARIAIS.....	7
1.1 Documentos empresariais – breve histórico.....	7
1.2 Uso produtivo do texto.....	9
1.3 Modelos de documentos empresariais.....	14
1.4 A Redação Oficial.....	23
1.5 Os documentos do Padrão Ofício.....	25
2 PRÁTICAS DE ESCRITA EMPRESARIAL.....	34
2.1 Aspectos macroestruturais da redação.....	34
2.2 Características da redação empresarial.....	39
2.3 Aspectos microestruturais da redação.....	41
3 VÍCIOS DE LINGUAGEM E PROBLEMAS NA PRODUÇÃO TEXTUAL.....	56
3.1 Breve introdução.....	56
3.2 Vícios.....	58
3.3 Clichês e modismos.....	64
3.4 Siglas, palavras estrangeiras e jargões em excesso.....	68
3.5 “Gerundismo” vs. Uso correto do gerúndio.....	79
3.6 Excesso de conectivos (“que”).....	83
3.7 Excesso de orações intercaladas: problemas na pontuação.....	83
3.8 Recursos para a produção de texto eficaz.....	84
4 ESTRUTURA DO TEXTO.....	90
4.1 Planejamento do texto.....	90
4.2 Parágrafo: conceito e estrutura.....	94
4.3 Qualidades do parágrafo: unidade e coerência.....	94
4.4 Formas de desenvolvimento do parágrafo.....	96
4.5 Paralelismo sintático e semântico.....	97
4.6 Numeração de itens e subitens.....	101
4.7 Elementos de coesão: conectivos e expressões adequadas.....	101
4.8 Recursos para obter coerência textual.....	106
4.9 Utilização de deslocamentos e intercalações.....	109
BIBLIOGRAFIA.....	115

Caro(a) estudante,

Seja bem-vindo(a) aos estudos de **Redação empresarial!**

As empresas, por estarem inseridas em um ambiente de incessante competição que exige contínuas atualizações e melhorias, precisam estar sempre inovando em seus produtos e serviços e aperfeiçoando uma de suas mais fundamentais ferramentas: a comunicação. Esta, por sua vez, é construída por meio da linguagem, que, para este meio, possui seus particulares códigos e características, com o objetivo de ser o mais eficiente possível para que seja útil na tomada de decisão no meio empresarial.

Desse modo, o sucesso empresarial possui estreita dependência com um sistema de comunicação eficiente, que transmita a sua postura profissional expressa no texto, a ética de suas ações, a imparcialidade do seu atendimento e os valores da organização, e você, o redator empresarial, é o elemento estrutural deste processo de construir a “voz” da empresa.

O redator empresarial, para ser efetivo em sua comunicação, deve priorizar recursos que possibilitem rapidez e agilidade na troca de informação, seja ela interna, com seus colaboradores, seja externa, com parceiros ou com o público em geral. Nessa perspectiva, as novas ferramentas de comunicação e o moderno alcance da internet corroboram com a urgência da mensagem, contudo, também exigem domínio de sua estrutura, padronização e precisão de sua linguagem, a fim de que não tragam ruídos para a comunicação entre emissor e receptor. Dessa forma, conhecer a gramática da Língua Portuguesa é primordial, pois a falta de domínio da estrutura textual, da sintaxe, da morfologia e da ortografia impede o desenvolvimento de sua carreira profissional.

Neste material, você terá a oportunidade de conhecer os principais documentos comerciais e suas características, os aspectos macroestruturais da redação e os aspectos microestruturais do português que garantem a boa escrita.

Não perca tempo! Aproveite estes conhecimentos para desenvolver seu texto e dominar as técnicas da redação empresarial!

Bons estudos!

1 TEXTOS EMPRESARIAIS

Com os “ventos” da globalização, que arejaram as empresas e os mercados mundiais na década de 1980, a linguagem dessa grande produção – os textos empresariais – também teve que se adaptar e incorporar um novo estilo mais moderno, que proporcionasse praticidade, agilidade e clareza à grande comunicação de massa, que aumentava mais e mais.

Assim, toda aquela estilística sofisticada e com estruturas rebuscadas anteriormente utilizada no meio empresarial não comunicava mais com a urgência do mercado, e a assertividade na escrita passou a ser valorizada. Contudo, essa simplicidade moderna não significa omissão de conteúdo e insuficiência textual, mas objetividade e foco no principal. Desse modo, veremos nesta lição os documentos da redação empresarial que possuem tal característica e as formas de fazer com que a informação desponte no seu texto.

Objetivos

Ao finalizar esta lição, você deverá ser capaz de:

- analisar os tipos de documentos próprios do meio empresarial;
- identificar as correspondências empresariais;
- praticar modelos de textos empresariais;
- conhecer técnicas de elaboração de documentos empresariais;
- listar recursos de padronização de textos do âmbito empresarial.

1.1 Documentos empresariais – breve histórico

Olá! Está preparado para conhecer os documentos empresariais e dominar suas ferramentas de escrita? Então, vamos começar?

Você sabia que a função e a responsabilidade de redigir e gerenciar textos são muito antigas e de grande prestígio social? Afinal, a maior parte da história é contada por meio da escrita e, em tempos desprovidos de recursos tecnológicos, ela foi a principal ferramenta de comunicação entre povos por milhares de anos. Vamos pensar juntos: se, no mundo desenvolvido e globalizado de hoje, ainda existem índices alarmantes de analfabetismo em muitos países, imagine há milhares de anos, em que nem mesmo alguns alfabetos eram consolidados?

Com certeza escrever trazia um grande status e, ainda hoje, escrever bem é uma característica de prestígio que a escrita sempre trouxe consigo, desde os seus primeiros praticantes conhecidos. Já no Antigo Egito, uma classe distinta, os escribas, dominava a escrita, que era realizada por **hieróglifos** e pela escrita demótica, o que era bem raro na época. Por meio deles, conhecemos as histórias dos faraós, dos povos da antiguidade, das guerras e das alianças que se formaram, e, por isso, eles ocupavam lugar de destaque na sociedade. Redigiam ordens de seus superiores, faziam contas, registravam a cobrança de impostos, classificavam documentos e escreviam os textos sagrados. Eram funcionários reais, certamente muito respeitados, não é mesmo?



Hieróglifo: extinto modelo de escrita representado por símbolos, utilizado principalmente pela antiga sociedade egípcia.



Eles são considerados por muitos pesquisadores como os primeiros secretários da história da humanidade, com um papel de extrema importância para o seu contexto e para as futuras gerações, uma vez que, por meio da escrita praticada, perpetuaram o seu conhecimento por milênios. É realmente muito admirável!

Também na Grécia Antiga há muitos documentos que apresentam essa atividade, sempre exercida com vital responsabilidade. Podemos ver registros sobre os escribas e suas missões em vários textos antigos, como nesta passagem narrada pelo famoso historiador grego Tucídides, em seu Livro VII da *História da Guerra do Peloponeso*, que aborda um escriba atuando na guerra cinco séculos antes de Cristo:

τοῦ δ' ἐπιγιγνομένου χειμῶνος ἦκοντες ἐς τὰς Ἀθήνας οἱ παρὰ τοῦ Νικίου ὄσα τε ἀπὸ γλώσσης εἶρητο αὐτοῖς εἶπον, καὶ εἴ τις τι ἐπηρώτα ἀπεκρίνοντο, καὶ τὴν ἐπιστολὴν ἀπέδοσαν. ὁ δὲ γραμματεὺς ὁ τῆς πόλεως παρελθὼν ἀνέγνω τοῖς Ἀθηναίοις δηλοῦσαν τοιάδε.

No verão seguinte, os emissários de Nícias, chegando a Atenas, transmitiram as mensagens que tinham sido encarregados de levar oralmente, respondendo a todas as perguntas que lhes fizeram, e entregaram a carta. O escriba da cidade subiu à tribuna em seguida e leu para os atenienses aquele documento, cujo teor era o seguinte. (Tucídides, Livro VII, cap. X – Tradução de Mário da Gama Kury, 2001).

Além de serem os portadores da mensagem, eram os responsáveis pelas respostas, escreviam, liam e eram dignos da confiança de seus representantes. Realmente, ser responsável por textos que são verdadeiros documentos não é para qualquer um e exige muito compromisso e eficiência. Considerando todas as transformações ocorridas por todo esse tempo, essa prática tomou outra dimensão, porém, sua importância continuou a mesma: ser o responsável pela linguagem que decide o futuro de uma organização.



É isso mesmo! Os textos que você irá escrever são os canais de comunicação da sua instituição, documentos que "dão voz" a ela e são responsáveis por proporcionar um relacionamento agradável e eficiente com o público, alcançar suas metas e objetivos, e atingir o sucesso empresarial, que é resultado dessa boa execução.

Essa competência de escrever textos foi valorizada já pelos antigos que, reconhecendo o fundamental papel desta nas decisões da sociedade, sistematizaram diversos documentos sobre o que eles consideravam arte: a retórica, que era definida por seus praticantes como "arte geradora de persuasão" (definição de Córax e Tísias, os primeiros instrutores dessa prática conhecidos). Essa habilidade nada mais é do que utilizar mecanismos de persuasão textual para tornar o texto mais eficaz, que é uma característica fundamental para os textos empresariais modernos. Ou seja, no competitivo mercado atual, a busca por manter uma comunicação eficiente desenvolveu diversas áreas de atuação, como o marketing e a propaganda, que nada mais são do que instrumentos relacionados à função estratégica da instituição e que buscam ser eficientes pela persuasão. Contudo, essa habilidade não é apenas desses recursos, a escrita também possui esse papel, e devemos sempre lembrar disso. Mirian Gold (2002,

p. 5), abordando a redação empresarial, afirma que a “eficácia é medida pela resposta”, isto é, quanto menos ruídos e mais informações o texto gerar, maior será o público alcançado pela comunicação.

Gold (2002, p. 5) conclui também que “a eficácia é obtida por mecanismos de persuasão”, de modo que é possível escrever prezando pela clareza empresarial e também fazendo uso de recursos discursivos, que são tão eficientes quanto as valorizadas estratégias de marketing. Ou seja, você pode ser, com a sua escrita, um instrumento estratégico da empresa ao ser objetivo e convincente em sua comunicação e ao evitar perdas de retrabalho e tempo despendido causados por uma mensagem prejudicial à instituição. Assim, você pode tornar a sua comunicação “[...] digna de confiança para aqueles que compartilham dos mesmos valores e interesses sociais, pois aquilo que for menos confiável, obviamente, se torna menos persuasivo” (Fonseca, 2016, p. 42).

Desse modo, cabe a você saber exaltar os elementos que fortalecem a sua comunicação com o receptor da mensagem e valorizar seus interesses comuns, para que os seus argumentos apresentados tenham valor na tomada de decisões e sejam, portanto, eficazes. Essa habilidade é conhecida como fazer uso produtivo do texto, para que ele seja eficaz em seu propósito.

Redigindo o conhecimento

Com relação às tarefas dos escribas, que são considerados os primeiros profissionais responsáveis pelos documentos escritos das antigas civilizações, assinale a alternativa que aponta a característica que deveria ser evitada por eles.

- a) Redigir prezando pela clareza do conteúdo apresentado.
- b) Respeitar os modelos utilizados pelos outros, como de textos sagrados, documentos, impostos etc.
- c) Emitir opinião pessoal para que o material tenha uma interpretação.
- d) Ser de confiança e responsável pelo conteúdo redigido.

Comentário: a alternativa correta é a letra "c". Como vimos, os documentos escritos pelos escribas eram de cunho oficial, ou seja, tratavam dos interesses de sua instituição, que era o Estado, e, desse modo, deveriam ser estritamente fiéis aos acontecimentos que narravam em seus hieróglifos. Assim, não cabia ao teor do texto opiniões pessoais de seus redatores.



1.2 Uso produtivo do texto

Ainda hoje, muitos profissionais não têm a exata noção do poder que está em sua comunicação. Assim, muitas vezes transmitem informações desnecessárias, que podem até mesmo prejudicar todo o conteúdo, e não focam naquelas essenciais que devem ser melhor exploradas. Muitos teóricos e profissionais do âmbito empresarial definem essa capacidade como competência técnica. Medeiros (2010, p. 105) a define como “a competência tática composta por habilidades, pelo aproveitamento de técnicas e pela capacidade de um indivíduo para transformar as informações que produz em formas consumíveis”.

Desse modo, é tal atributo que devemos buscar, e podemos expressá-lo no texto tendo como principal característica a objetividade, pois o receptor reage com maior sensibilidade à mensagem que possui um claro objetivo. Para isso, e a fim de construir um texto mais persuasivo, é necessário que você tenha em mente alguns pontos antes de começar a escrever:

- ter um objetivo claro para construir a mensagem;
- saber quem receberá sua mensagem e quais princípios a pessoa valoriza;
- saber qual é o entendimento da pessoa sobre o assunto, se ela conhece bem do que se trata ou se é necessário ser mais explicativo;
- observar se o seu vocabulário e suas terminologias estão de acordo com os termos utilizados pelo receptor e fazer uso dos já utilizados por ele;
- planejar a melhor forma de apresentar o conteúdo, de modo que o texto siga uma progressão e que as informações exigidas pelos parágrafos finais estejam apresentadas anteriormente;
- verificar se você tem todas as informações necessárias sobre o assunto e conferi-las antes de iniciar a escrita;
- observar se fatos que contribuam para a intenção do seu texto foram apresentados, de modo a tornar a mensagem mais persuasiva;
- conferir se opiniões foram apresentadas e retirá-las, uma vez que juízos de valor não são adequados ao texto profissional e empresarial;
- avaliar se estão sendo apresentadas apenas as informações úteis ao receptor e retirar todas que são desnecessárias e inoportunas;
- observar se há uma forma melhor para apresentar a informação, como em tabelas se forem dados numéricos;
- conferir se as palavras utilizadas são precisas e não dão margem para outro tipo de interpretação.

Como responsáveis pela mensagem da instituição, devemos ter sempre cuidado para que o texto não possua qualquer brecha de interpretação e inferência do receptor. Para isso, deve-se considerar as referências do indivíduo, evitar alguns termos que já possuem ou podem ter **conotação pejorativa** bem como temas polêmicos, como aqueles relacionados a crenças e política. Todos esses sinais no texto podem causar ruídos e prejudicar a compreensão da mensagem.

A fim de reforçar o objetivo principal do texto, você pode recorrer a um recurso fundamental, mas que deve ser utilizado com prudência: a redundância. É possível reiterar determinados esclarecimentos e pontos do texto de forma a torná-lo mais inteligível, reforçando a mensagem principal. Porém, não se deve apresentar apenas uma repetição das frases, o que pode tornar a mensagem cansativa. É necessário apresentá-la na correta progressão dos fatos explicitando o que foi declarado. Seja estratégico!

Algumas outras práticas que podem gerar ruídos na mensagem foram sistematizadas pelo teórico do texto empresarial João Bosco Medeiros (2010, p. 52), que apresenta também como obstáculos:

• A confusão que se faz entre fatos e opinião:

A secretária digitou errado o relatório porque estava desatenta. (opinião)

A secretária Iris de Almeida digitou o relatório de vendas de março de 199X.

O relatório apresenta dez erros de ortografia. (fatos)

• A confusão que se faz entre indícios e observações apuradas:

Se o relatório apresenta erros de datilografia é porque foi Íris de Almeida que o datilografou. (indício)

O relatório de vendas de abril apresenta erros de ortografia. As indicações do profissional que o digitou são I. A., que significa Íris de Almeida. (observação)



Conotação pejorativa: quando o significado desvaloriza ou diminui aquilo ou aquele a que se trata.

• **A tendência a ver só semelhanças e não diferenças, ou a visão preconceituosa dos fatos:**

Secretárias auxiliares erram mesmo. (preconceito)

Secretárias sem curso superior de Administração encontram dificuldades nas atividades de uma empresa moderna. (sem preconceito)

• **A polarização, que se identifica como tendência de reconhecer apenas os extremos, negligenciando posições intermediárias. Na redação comercial, a polarização conduz os interlocutores a posições que levam ao desentendimento:**

Os protestantes são fanáticos.

Os católicos são fariseus.

Os advogados são exploradores.

Os políticos de esquerda são arruaceiros, ou baderneiros.

• **A falsa identidade baseada em palavras, que é consequência de falsos silogismos, de raciocínios apressados ou falaciosos. Trata-se de associação verbal que ameaça o significado das situações:**

Os estudantes da FGV são neoliberais.

Fulana é estudante da FGV.

Logo, fulana é neoliberal.

• **A utilização de palavras que contêm indicação de credo político ou nacionalidade, raça, apelidos. Exemplos: nacionalista, comunista, entreguista, judeu, baianada, gringo, neoliberal. Embora obedecendo à gramática, corre-se o risco de uma comunicação ineficaz simplesmente pelo uso de uma dessas palavras.**

• **Finalmente, prejudicam a redação comercial a falta de gramaticalidade, a expressão sem criatividade quanto à linguagem e o uso de estrangeirismos.**

Fique atento aos termos apresentados e às especificações da língua portuguesa, pois uma inferência errada pode tornar seu texto empobrecido de fatos e digno de desconfiança, pois pode demonstrar falta de propriedade para abordar o assunto, além de falta de profissionalismo.

Reduzindo a mensagem

A partir de todas essas premissas que tornam seu texto empresarial mais eficaz e persuasivo, podemos perceber que, muitas vezes, nos perdemos na mensagem e escrevemos mais do que deveríamos, não é mesmo? Mas, como vimos, falar demais não é um ponto positivo de sua comunicação, ao contrário, pode comprometer e até prejudicá-la. Diante disso, é necessário saber ser conciso e reduzir o tamanho do texto focando em apresentar seu objetivo principal e os elementos que o sustentam. Veja a seguir um exemplo de texto reduzido.

Trecho prolixo

Vimos por meio deste informar que os colaboradores estão liberados para participarem amanhã, na data de 15 de outubro, da capacitação do setor em que estão alocados, visto que assim o profissional poderá trabalhar melhor, produzir com mais qualidade, aperfeiçoar sua atividade e se qualificar.

Trecho reduzido

Informamos que, dia 15/10, os colaboradores estarão liberados para se capacitarem em seu respectivo setor com o objetivo de se aperfeiçoarem.



Prolixo:
que utiliza
muitas
palavras;
longo; de-
morado.

Em um pequeno trecho, podemos retirar sinônimos, informações repetidas e desnecessárias e tornar a mensagem mais objetiva. Agora, imagine em um texto grande? A leitura pode ficar muito cansativa e prejudicar a compreensão da mensagem principal. Estar atento às informações inoportunas e irrelevantes é fundamental. Para reduzir, você pode usar:

- verbos em vez da expressão: realizar o lançamento de nota fiscal – emitir nota fiscal;
- adjetivos em vez da locução adjetiva: guardas do turno da noite – guardas noturnos;
- nome em vez da locução adjetiva: profissional que exerce funções contábeis – contador;
- dados, fatos e informações em vez de adjetivos imprecisos: Maria é uma ótima redatora – Maria redige 10 páginas por hora sem erros gramaticais.

Efeitos de ênfase

Já para destacar as informações essenciais do texto, é necessário, antes de redigir, distinguir o ponto principal dos pontos secundários. Tendo isso em mente, é possível fazer uso de alguns efeitos de ênfase, como a topicalização. A topicalização é um recurso prático da escrita que “indica o deslocamento de uma estrutura de sua posição normal na frase para o início dela” (Silva, 2012, p. 4). Desse modo, todo o restante passa a ser o comentário da estrutura em destaque. Veja um exemplo a seguir.

Ex.: A cada dia, dez novos alunos se matriculam em nossa plataforma – oração topicalizada.

Dez novos alunos se matriculam em nossa plataforma a cada dia – ordem direta.

Desse modo, foi possível enfatizar uma média de matrículas por dias, a fim de realçar que a plataforma está em crescimento diariamente. Veja mais um exemplo desse recurso em uso.

Ex.: Caso o pagamento não seja efetuado em até dois dias úteis, seu curso será cancelado – oração topicalizada.

Seu curso será cancelado caso o pagamento não seja efetuado em até dois dias úteis – ordem direta.

Assim, a informação de cancelamento do curso ganhou destaque para o aluno, que, com certeza, não deu a ela tratamento secundário. Como esta é a ideia principal do enunciado, podemos ver que foi possível solicitar o pagamento ao estudante reforçando o seu benefício, ou seja, mostrando o que ele pode perder em vez de utilizar uma forma de cobrança menos polida, o que constitui um recurso de persuasão por tornar a mensagem mais cortês. Contudo, não utilize demasiadamente o recurso de inversão, deixe-o apenas para quando for necessário.

Outra forma de apresentar a informação com destaque é ser bem preciso e exato nos termos, fazendo uso de verbos no imperativo e em voz ativa. Dessa forma, a mensagem não corre o risco de ser vaga e impertinente.

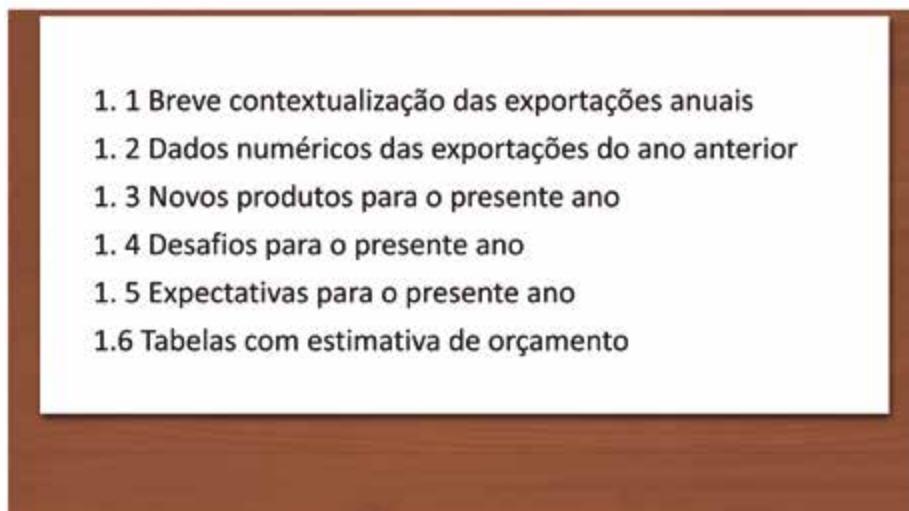
Ex.: Encontramos alguns erros no relatório – vago.

Encontramos erros numéricos na seção de contas do relatório – específico.

Alguém poderia redigir a nota de esclarecimento, não muito grande – vago.

Redija, senhora Maria, a nota de esclarecimento com aproximadamente 15 linhas – específico.

Em relatórios, que costumam ser mais extensos, a fim de realçar informações e manter a atenção do receptor, separe o conteúdo em tópicos de ideias afins e em subdivisões que favoreçam a compreensão e a progressão de argumentações que você deseja construir. Veja um exemplo de separação a seguir.



Dessa forma, você pode inserir outras informações que podem auxiliar o receptor do texto a compreender sua mensagem e a ter elementos suficientes para tomar decisões no meio empresarial, o que torna seu texto mais persuasivo e, portanto, eficaz.

Redigindo o conhecimento

Com relação às características dos documentos empresariais, assinale a alternativa com aquela a ser evitada.

- a) Texto com fatos relacionados apenas à argumentação.
- b) Texto com pequenas redundâncias apresentadas em momentos esclarecedores.
- c) Texto com ponto de vista relacionado ao assunto.
- d) Texto com terminologia comum à do receptor.

Comentário: a alternativa correta é a letra c). Como aprendemos, nos documentos empresariais, opiniões e interpretações pessoais não contribuem para a tomada de decisão no meio empresarial, uma vez que juízos de valor são pessoais e podem não ser os mesmos compartilhados pelo receptor da mensagem, o que causará ruído à sua comunicação e não convencerá o leitor, tornando a mensagem ineficaz.



1.3 Modelos de documentos empresariais

Para iniciar a sua prática como redator de textos empresariais, um método eficiente é reproduzir modelos atualizados e com estilos de linguagem objetivos e eficientes. Claro que, à medida que for desenvolvendo suas habilidades, você adquirirá um estilo próprio e mais adequado para as suas atividades, pois poderá ver quais estruturas são mais persuasivas na comunicação com os seus remetentes e qual vocabulário é mais facilmente compreendido. Também deve ter em mente que é necessário estar em constante leitura de jornais e revistas e das normas gramaticais, para que a prática não enrijeça usos incorretos e vícios textuais. É necessário também compreender que a tarefa de redigir exige revisões e releituras, pois a falta de reflexão sobre o texto e a pressa em enviá-lo impossibilita que você possa aperfeiçoá-lo, e até mesmo os pequenos detalhes fazem a diferença no processo de comunicação.

Vamos sempre nos lembrar que, como aborda Gold (2007, p. 6), “mudança cultural que se impôs na linguagem das correspondências corresponde também a um estilo de vida moderno, em que a informação mais valorizada é aquela de mais fácil ‘digestão’”. Partindo desse pressuposto, vamos ver alguns modelos dos principais documentos empresariais que vamos praticar?



Para que o texto transmita a mesma mensagem, ele deve seguir algumas características de padronização. Medeiros (2010, p. 56) orienta que sejam seguidas as seguintes padronizações estéticas e formais em seus documentos empresariais.

- Usa-se papel de 21 x 29,7 centímetros (A4);
- impressão de um lado apenas do papel;
- 20 a 25 linhas por página;
- 60 a 70 toques por linha;
- margens: direita (3cm); esquerda (3cm); superior (3cm); inferior (3cm);
- usam-se espaços duplos ou de 1,5. Entre os parágrafos, é costume duplicar esse espaço interlinear;
- o vocativo de uma carta tem depois de si dois-pontos.



Importante

O teórico Medeiros (2010, p. 56) informa que, “antes da invocação, pode-se colocar um resumo da carta: ref.: (referência)”.

Porém, Gold (2007, p. 112) dispõe que “a referência diz respeito ao número do documento mencionado enquanto o assunto se refere ao tema que será tratado na correspondência”. Assim, você pode colocar no documento a seguinte forma:

Ex.: Ref.: Requerimento nº 5

Assunto: Autorização para curso.

Relatório

Vamos começar pelos relatórios administrativos, que são documentos apresentados com objetividade, os quais relatam certa atividade da instituição com o propósito de prestar informações sobre as ações já desenvolvidas, ou a serem, e sobre situações e problematizações que envolvem tal atividade. Exigem, portanto, investigação e apuração sobre as informações e os dados a serem apresentados, uma vez que podem ser tomados como materiais de consulta sobre a produção e as atividades desenvolvidas por determinada instituição.

As informações, então, devem ser extraídas diretamente da fonte, dos departamentos responsáveis pelas atividades e dos especialistas na área, a fim de evitar a adulteração do conteúdo. De igual modo, seu texto deve ser claro e de leitura acessível a todos.

Observe as partes obrigatórias a seguir.

- 1) Capa: apresenta informações como nome da empresa, departamento responsável, título do relatório, local e data.
- 2) Sumário: apresenta a síntese do conteúdo do material para uma consulta rápida.
- 3) Índice: apresenta topicalizados os assuntos do material.
- 4) Introdução: explica as divisões do conteúdo e onde podem ser encontradas as informações.
- 5) Objetivo: define, de forma sucinta, o que está sendo abordado no relatório.
- 6) Desenvolvimento: explica os métodos utilizados na concepção do material e os resultados alcançados.
- 7) Conclusão: resume as conclusões proporcionadas pelo relatório.
- 8) Pode apresentar também anexos, como tabelas, quadros e imagens, referências das fontes, comentários e resultados das atividades exercidas. Medeiros (2010, p. 100) reforça que:

Os relatórios administrativos objetivam fornecer à administração condições para avaliar o desempenho por setor de atividade, fornecer informações para o planejamento futuro, melhorar o controle das operações do exercício e favorecer a tomada de decisões, corrigir distorções, calcular a rentabilidade. (Medeiros, 2010, p. 100).

Assim, a fim de demonstrar com transparência tais dados, o redator pode apresentar problemas e soluções encontradas, argumentação por causa e efeito, cronologia dos eventos, tudo, porém, de modo sucinto e claro, fazendo uso de tabelas e gráficos e dividindo o conteúdo em tópicos necessários, sempre apresentando as partes essenciais que compreendem o documento.

Saiba mais

Utilizar-se de gráficos em um relatório é uma excelente forma de dispor dados, sejam eles quantitativos, comparativos, ilustrativos etc. Eles têm a vantagem de trazer clareza às informações, de forma a facilitar o entendimento de quem as estiver lendo.

Existem diversos tipos de gráfico, tais como: gráfico de pizza, de linhas, de colunas, entre outros. Atualmente, as principais ferramentas de edição de texto disponíveis no mercado possuem instrumentos de criação desses recursos visuais.



Ata de reunião

A ata é um documento que registra o conteúdo que foi abordado em uma reunião, assembleia ou convenção. É feita por um registro imparcial das decisões, dos fatos e das medidas decididas na reunião. Ela possui como características:

- não poder conter rasuras em forma digitada ou manuscrita;
- não possuir divisões de parágrafos;
- ser assinada pelos participantes do evento;
- impossibilitar a introdução de conteúdo novo em seu texto;
- ser sucinta;
- apresentar os números grafados por extenso;
- caso sejam inseridos erros:
 - no momento de redigi-la, insere-se: ex.: impóprio, digo: impróprio.
 - ao final de todo o texto, insere-se: ex.: Em tempo: na linha onde se lê “impóprio”, leia-se “impróprio”.

As partes obrigatórias de uma ata são:

- cabeçalho – Ata de reunião de Padronização do Departamento de Artes Visuais da Empresa A;
- dia, mês, ano e hora da reunião – realizada no dia dois de fevereiro de dois mil e vinte, às 16:00 horas;
- local da reunião – Realizou-se na Sala de Reuniões A;
- motivo – Reunião para uniformizar as novas práticas do setor;
- relação dos participantes – Desta participaram A, B e C;
- fecho – Nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada. Esta ata, que foi lavrada por mim, fulano de tal, é assinada por todos os presentes;
- lacre – preenchimento dos espaços em branco na linha para que não seja possível inserir nada manualmente.

Veja a seguir um modelo de ata de reunião.

Ata de Reunião do Departamento de Produção Educacional. Aos dois dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte, às 16 horas, na Sala de Reuniões A do Edifício Sede, a se localizar na Rua das Paineiras, nº 10, Belo Horizonte (MG), reuniram-se Maria, Antônio e Francisco. Esses deliberaram sobre as medidas judiciais aprovadas por todos os presentes para retirarem das terras da empresa, localizadas no município de São Vicente, as atividades de extrativismo vegetal. Desse modo, foram designados como advogados do caso Joaquim e Gabriela, que já estão cientes das atividades e foram autorizados a entrarem com as medidas cabíveis. Nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada. Esta ata, que foi lavada por mim, Vitória, é assinada por todos os presentes.

Correspondência eletrônica – E-mails



Gold (2003, p. 109) afirma que a correspondência empresarial, atualmente:

[...] é não só um meio de comunicação. Ela é instrumento de marketing, pois se insere na realidade de um mercado competitivo em que todas as nuances de comportamento adquirem sentido: a comunicação empresarial é a responsável pela imagem da organização perante seu público, interno ou externo.

Dessa forma, os meios de correspondência escrita estabelecem o diálogo com outras instituições e profissionais, e a dinamicidade do mundo moderno exige que este seja cada vez mais rápido e eficiente. Assim, o *e-mail* se tornou atualmente a principal ferramenta de comunicação entre empresas e colaboradores e possui vantagens incontestáveis, como a rapidez que proporciona uma comunicação com qualquer parte do mundo, a praticidade para enviar materiais e documentos e a grande economia de papel, benefício este muito valorizado atualmente por aqueles que buscam práticas sustentáveis.

Veja os campos a serem preenchidos em um *e-mail* a seguir.

- Para: *e-mail* do destinatário;
- cc: com cópia para;
- cco: com cópia oculta para;
- assunto: resumo sucinto do teor da mensagem.

Ao responder uma mensagem de confirmação em um *e-mail* que está destinado a várias pessoas, cuide para não enviar sua resposta com cópia para todos que estão reunidos no *e-mail*, pois isso polui a caixa de entrada de todos com conteúdo desnecessário.

É necessário tratar a mensagem eletrônica com o mesmo rigor que possui qualquer texto impresso, pois é também documento que possui o mesmo valor de outros. Desse modo, na correspondência eletrônica:

- a linguagem deve manter o padrão formal;
- não utilize abreviações, que são comuns nas plataformas de internet;
- seja gentil e faça uso de termos como "por gentileza", "obrigado", "desculpe", a fim de ser mais persuasivo e atingir mais resultados do que com um texto desatencioso;
- procure responder as mensagens no mesmo dia, porém, não seja apressado para dar informações sobre as quais você não tenha ciência, sempre confirme antes de responder;
- evite usar muitos destaques no texto, como negrito, sublinhado e aspas desnecessárias;
- insira nos anexos os documentos que julgar necessários para a comunicação, porém, estes devem ser sucintos;
- mantenha seu antivírus atualizado para que não propague programas indesejados;
- sempre se identifique. É possível programar em seu *e-mail* uma assinatura eletrônica que apresente informações como seu nome, seu cargo, nome da empresa, logo da empresa, telefone do setor, link do site da instituição, fecho padronizado e qualquer mensagem que você queira que seja sempre exibida. Vá nas configurações do seu *e-mail* e programe sua assinatura. Veja a seguir um exemplo.



- configure sua caixa de *e-mails* com os recursos que facilitam seu trabalho, afinal, a organização da sua ferramenta de trabalho pode lhe proporcionar maior eficiência.

É possível:

- inserir resposta automática enquanto estiver de férias;
- inserir alertas até mesmo na área de trabalho;
- inserir correção automática do texto;
- inserir opções de escrita inteligente;
- separar as mensagens com marcadores de acordo com seu conteúdo;
- utilizar recurso de confirmação de leitura – caso este não esteja disponível na plataforma de *e-mail* utilizada, deve-se solicitar a confirmação de recebimento.

Não deixe de utilizar os recursos que estão a seu favor e tornar mais prático o seu trabalho. Veja a seguir um exemplo de *e-mail* profissional.





Dicas

Pense, porém, em uma situação em que você gostaria de convidar alguém para receber uma homenagem, para uma cerimônia de inauguração ou para uma importante data comemorativa, ou convidar uma autoridade ou um investidor que queira impressionar: neste caso, uma carta em material impresso é muito mais conveniente, não é mesmo?

Assim, uma carta impressa em um material bom e bonito, bem escrita e cortês, causa uma impressão muito mais agradável do que um *e-mail*, que é mais rotineiro. Desse modo, você reforça a sua postura profissional e torna a mensagem mais persuasiva por passar ao receptor uma imagem positiva.

Comunicado

Consiste em um documento que torna público qualquer acontecimento e informação de interesse de todos relacionados à empresa. Podem ser escritos, fixados em locais visíveis ou até mesmo orais. Devem ser breves e apresentar apenas a informação principal. Para serem reconhecidos como um texto oficial da instituição, costumam seguir a seguinte apresentação.

<p>Logo da Instituição</p> <p>COMUNICADO</p> <p>Informamos que o período de recesso da empresa terá início no dia 15 de julho e fim no dia 30 do mesmo mês. Todos os colaboradores devem pegar suas autorizações na Secretaria de Pessoas.</p> <p>Rio de Janeiro, 15 de junho de 2020.</p> <p>Maria (nome) Psicóloga (cargo)</p>
--



Declaração

A declaração é uma confirmação escrita que atesta um fato, uma observação ou uma atividade. Pode ser utilizada como recomendação de capacidade do indivíduo para um novo trabalho ou para comprovar a veracidade de um acontecimento. Deve ser redigida em **papel timbrado**, apresentar a identificação do responsável, ou o logotipo, e todas as informações necessárias para atestar os fatos por ela relatados. Veja a seguir um exemplo desse documento.

Papel timbrado: papel impresso com o símbolo ou o logotipo de uma determinada organização.

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins que a senhora Maria, portadora da Carteira de Trabalho nº 00000, prestou serviços a esta empresa, denominada Instituto A, no período de 10 de janeiro de 2010 a 10 de janeiro de 2020, exercendo a função de Chefe de Equipe, a qual exerceu com contento e grande aprovação.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração.

Belo Horizonte, 10 de janeiro de 2020

Antônio

Coordenador de Vendas

CPF: 000.000.000-00.

Contrato

O contrato é um documento que estabelece um acordo entre partes e também as cláusulas envolvidas nessa negociação. Por ter valor jurídico e impor obrigações às partes, deve ser elaborado com muita atenção e sob orientação de profissionais qualificados e do âmbito jurídico das empresas ou de confiança dos indivíduos, pois exigem personalização e conferência das cláusulas essenciais. Medeiros (2010, p. 71) distingue as formas de contrato em:

- Unilateral ou gratuito – aquele em que uma parte promete e a outra aceita;
- Bilateral ou oneroso – as partes transferem mutuamente alguns direitos e reciprocamente os aceitam;
- Comutativo – aquele em que a coisa que cada uma das partes se obriga a dar ou fazer equivale à que tem de receber;
- Aleatório – aquele em que o lucro que se há de receber do contrato é unicamente provável e incerto;
- Social – acordo tácito ou expresso entre o governante e os governados. (Medeiros, 2010, p. 71).

Apesar de ser complexa a redação de um contrato, a observação de alguns elementos essenciais pode facilitar essa tarefa. Siga as observações subsequentes.

- Antes de iniciar a escrita, devem-se realizar as negociações, que devem ser feitas sem pressa a fim de esclarecer todos os pontos necessários;
- defina o tipo de contrato, o que está relacionado à finalidade a qual ele se dispõe. Este pode ser contrato de prestação de serviços, de trabalho, de locação, de constituição de empresa, entre outros;
- confira se os documentos apresentados foram registrados corretamente, como nome, razão social, RG, CPF, CNPJ, endereços etc;
- verifique se a pessoa que assina realmente exerce o cargo identificado;
- solicite que o departamento jurídico confirme se os elementos essenciais de validade do contrato são válidos, como agente capaz, objeto lícito e outros;
- evite termos complicados e jargões;
- separe o texto enumerando cláusulas e capítulos de acordo com seu assunto;
- confira se estão determinados prazos, formas de pagamentos e valores envolvidos;

- confira se há garantias estabelecidas para o caso de não cumprimento do contrato;
- confirme se foi estabelecido um prazo de duração para o contrato;
- solicite a revisão do documento pelo departamento jurídico.



Importante

É muito importante pesquisar sobre o documento antes de escrever, consultar em boas fontes e, devido a seu valor jurídico, obter a conferência de um profissional da área. Na internet você vai encontrar diversos modelos de contratos, porém, não os utilize sem a revisão de um profissional capacitado.

Procuração

Por ser muito utilizada no âmbito corporativo, abordaremos aqui este documento. A procuração é uma autorização para que uma pessoa realize uma atividade em nome de outra. Possui estabelecidos os prazos de duração e a finalidade para a qual foi criada, de modo que fiquem bem explicitados os poderes conferidos, identificação de local, data e assinatura do outorgado. O outorgado é aquele que recebe os poderes da procuração, e o outorgante é aquele que os concede, ou seja, quem outorga os poderes para alguém exercê-los em seu nome.

PROCURAÇÃO

Por este instrumento particular de procuração, *nome do outorgante, nacionalidade, estado civil, portador do RG e do CPF*, residente e domiciliado em *endereço completo*, nomeia e constitui seu bastante procurador *nome do outorgado, nacionalidade, estado civil, RG, CPF*, residente e domiciliado em *endereço completo*, para representá-lo em *órgão* com a finalidade de *objetivo*, podendo o outorgado assinar todos os atos que se tornem necessários a este fim, dando tudo por firme e valioso, a bem deste mandato.

(Local e data)

(Assinatura do outorgado)

Redigido o documento, este deve ser **lavrado** em cartório para ser utilizado em atos jurídicos. Não se esqueça de conferir se foram inseridos todos os dados do outorgante e do outorgado: nome completo, número do Cadastro de Pessoa Física junto à Receita Federal, número do documento de identidade, profissão, estado civil, endereço. O texto deve ser o mais claro possível para que não haja margem para outra interpretação, o que pode possibilitar que ele seja utilizado para outros fins.

Redigindo o conhecimento

Com relação à redação de documentos institucionais, assinale a alternativa correta.

- Os e-mails institucionais podem ser utilizados para assuntos pessoais durante o tempo que o funcionário estiver na empresa.
- As atas devem ser divididas em assuntos por parágrafos.



Lavrado: firmado por escrito; estabelecido.



- c) Os dados do contrato devem ser conferidos pelo departamento jurídico.
- d) Os documentos devem ser impressos apenas de um lado da folha de papel.

Comentário: a alternativa correta é a letra "d". Como estudamos, os *e-mails* institucionais devem ser utilizados apenas para assuntos da empresa. Esteja ciente de que, por obrigações de controle, tais mensagens estão sujeitas ao monitoramento interno. As atas não possuem divisões no texto, de modo que não devem ter espaços no corpo deste, para que não sejam inseridos novos trechos. Todos os dados dos contratos, como RG, CPF, CNPJ, endereços, assinantes, cargos etc., devem ser conferidos também pelo redator. E, por fim, os documentos devem ser impressos apenas de um lado da folha de papel, de modo a evitar versos.

1.4 A Redação Oficial

Muitos documentos utilizados no âmbito empresarial são padronizados pelas normas da Redação Oficial, que está sistematizada pelo Manual de Redação da Presidência da República. O serviço público não possuía, até 1991, uma uniformidade em seus atos administrativos. Porém, nesse ano, a Presidência formou uma comissão com o objetivo de elaborar um manual para padronizar tais documentos, e, em 1992, o Manual de Redação da República foi composto, estabelecendo um padrão para as comunicações oficiais, que vigoram no serviço público e também no âmbito privado.

A clareza e a concisão são atributos que, para serem atingidos, dependem estritamente das demais características e dos atributos da redação oficial, os quais veremos a seguir. Diante disso, o Manual de Redação da Presidência da República, em sua atualização de 2018, apresenta como atributos da redação oficial (p. 16):

- clareza e precisão;
- objetividade;
- concisão;
- coesão e coerência;
- impessoalidade;
- formalidade e padronização;
- uso da norma padrão da língua portuguesa.

Nada distante do que já estamos praticando, não é mesmo? A linguagem clara e objetiva continua sendo a premissa básica para a comunicação empresarial por proporcionar melhor compreensão, mais eficiência nas decisões e alcançar suas pontuais finalidades.

Saiba mais

O Manual de Redação da Presidência da República apresenta, como exemplo de linguagem que foge a esses propósitos, um quadro elaborado por Kury (1989, p. 18) que bem exemplifica como um texto sem objetivos claros e que não utiliza os termos mais simples e precisos se torna completamente sem sentido. Faça o teste: ligue quaisquer unidades da coluna A com quaisquer unidades da coluna B e assim sucessivamente até chegar na coluna G, de modo a experimentar todas as possibilidades apresentadas pelo quadro. A versão disposta a seguir contempla apenas os três primeiros exemplos. Você pode acessar a versão completa no site do Planalto.



Como não se deve escrever						
COLUNA A	COLUNA B	COLUNA C	COLUNA D	COLUNA E	COLUNA F	COLUNA G
1. A neces- sidade emer- gente	se carac- teriza por	uma corre- ta relação entre estrutura e superes- trutura	no interesse primário da popu- lação,	substan- ciando e vitalizan- do,	numa ótica pre- ventiva e não mais curativa,	a transpa- rência de cada ato decisional.
2. O quadro norma- tivo	prefigura	a supe- ração de cada obstácu- lo e/ou resistência passiva	sem prejudicar o atual nível das contribui- ções,	não as- sumindo nunca como implícito,	no contex- to de um sistema integrado,	um indis- pensável salto de qualidade.
3. O critério metodo- lógico	reconduz a sínteses	a pontual corres- pondência entre objetivos e recursos	com cri- térios não dirigísti- cos,	poten- ciando e inremen- tando	na medida em que isso seja factível,	o apla- namento de discre- pâncias e discrasias existentes.

Realmente o texto fica muito confuso, uma prática que o manual nos orienta a não praticar. Como todos os documentos oficiais são padronizados pelo Manual de Redação da Presidência da República, vejamos alguns modelos que são frequentes no âmbito empresarial. Para começar, a forma de diagramação dos documentos Ofício, Aviso e Memorando é a mesma, denominada Padrão Ofício. Observe o quadro a seguir.

Formatação dos documentos Padrão Ofício

Os documentos do Padrão Ofício devem obedecer à seguinte forma de apresentação:

- a) deve ser utilizada fonte do tipo *Times New Roman* de corpo 12 no texto em geral, 11 nas citações, e 10 nas notas de rodapé;
- b) para símbolos não existentes na fonte *Times New Roman* poder-se-á utilizar as fontes *Symbol* e *Wingdings*;
- c) é obrigatório constar a numeração de páginas a partir da segunda;
- d) os ofícios, memorandos e anexos destes poderão ser impressos em ambas as faces do papel. Neste caso, as margens esquerda e direita terão as distâncias invertidas nas páginas pares ("*margem espelho*");
- e) o início de cada parágrafo do texto deve ter 2,5cm de distância da margem esquerda;
- f) o campo destinado à margem lateral esquerda terá, no mínimo, 3cm de largura;
- g) o campo destinado à margem lateral direita terá 1,5cm;
- h) deve ser utilizado espaçamento simples entre as linhas e de 6 pontos após cada parágrafo, ou, se o editor de texto utilizado não comportar tal recurso, de uma linha em branco;
- i) não deve haver abuso no uso de negrito, itálico, sublinhado, letras maiúsculas, sombreado, sombra, relevo, bordas ou qualquer outra forma de formatação que afete a elegância e a sobriedade do documento;
- j) a impressão dos textos deve ser feita na cor preta em papel branco. A impressão colorida deve ser usada apenas para gráficos e ilustrações;
- l) todos os tipos de documentos do Padrão Ofício devem ser impressos em papel de tamanho A-4, ou seja, 29,7 x 21cm;
- m) deve ser utilizado, preferencialmente, o formato de arquivo *Rich Text* nos documentos de texto;
- n) dentro do possível, todos os documentos elaborados devem ter o arquivo de texto preservado para consulta posterior ou aproveitamento de trechos para casos análogos;
- o) para facilitar a localização, os nomes dos arquivos devem ser formados da seguinte maneira:
tipo do documento + número do documento + palavras-chaves do conteúdo
Ex.: "Of. 123 - relatório produtividade ano 2002"

1.5 Os documentos do Padrão Ofício

A terceira edição do Manual de Redação da Presidência da República, publicada em 2018, trouxe alterações a respeito desse expediente. Até a edição de 2002, o ofício, o aviso e o memorando se diferenciavam pela finalidade, e não pela forma:

- aviso – era expedido exclusivamente por Ministros para autoridades de mesma hierarquia;
- ofício – era expedido para e pelas demais autoridades;
- memorando – era expedido entre unidades de um mesmo órgão;
- com o objetivo de padronizá-los, esses documentos devem ter formatação única.



Atenção

De acordo com a terceira edição do MRPR, p. 27: "nesta nova edição, ficou abolida aquela distinção e passou-se a utilizar o termo **ofício** nas três hipóteses".

Estrutura

- Cabeçalho: utilizado apenas na primeira página do documento, centralizado, com:
 - brasão;
 - nome do órgão principal;
 - nome dos órgãos secundários.
- Identificação do expediente:
 - nome do documento por extenso, com todas as letras maiúsculas;
 - numeração do documento (com a palavra número padronizada – Nº);
 - ano (com quatro dígitos) e sigla do setor que expede o documento.
- Local e data do documento de onde foi expedido o documento:
 - nome da cidade sem a sigla da unidade da federação depois do nome;
 - dia do mês em cardinal, sem o zero à esquerda, e ordinal para o primeiro dia;
 - nome do mês – escrito em minúsculas;
 - ponto final após a data e alinhamento à direita.
- Endereçamento: quem receberá o expediente:
 - vocativo – forma de tratamento adequada para quem receberá;
 - nome do destinatário;
 - cargo do destinatário;
 - endereço postal do destinatário.
- Assunto: ideia geral do que trata o documento:
 - a palavra Assunto inicia a frase, com inicial maiúscula e seguida de dois-pontos;
 - frase que descreve o conteúdo;
 - o texto do assunto deve estar grafado em negrito, com ponto final e alinhado à esquerda.
- Texto do documento: a estrutura deve ser:
 - introdução – apresenta o objetivo do texto;
 - desenvolvimento – detalhamento dos assuntos, que podem ser feitos em parágrafos;
 - conclusão – afirmação do assunto.

Obs.: se o documento for um encaminhamento de documentos, deve apresentar uma introdução que faça referência ao expediente que solicitou o encaminhamento.

- Fecho: estrutura que visa arrematar o texto e saudar o destinatário. Foram reduzidos a apenas dois:
 - respeitosamente – para autoridades de hierarquia superior à do remetente;
 - atenciosamente – para autoridades de mesma hierarquia ou inferior.
- Identificação do signatário:
 - nome de quem expede;
 - cargo;
 - alinhamento centralizado na página.
- Numeração das páginas: obrigatória a partir da segunda, centralizada.

Importante

Os documentos do padrão ofício possuem a seguinte formatação:

- a) alinhamento – justificado;
- b) espaçamento entre linhas – simples;
- c) parágrafos:
 1. Espaçamento entre parágrafos: de 6 pontos após cada parágrafo;
 2. Recuo de parágrafo – 2,5cm de distância da margem esquerda;
 3. Numeração dos parágrafos – apenas quando o documento tiver três ou mais parágrafos, desde o primeiro parágrafo. Não se numeram o vocativo e o fecho.
- d) fonte – Calibri ou Carlito:
 1. Corpo do texto – tamanho 12 pontos;
 2. Citações recuadas – tamanho 11 pontos;
 3. Notas de Rodapé – tamanho 10 pontos.
- e) símbolos – para símbolos não existentes nas fontes indicadas, pode-se utilizar as fontes *Symbol* e *Wingdings*;
- f) tamanho do papel – A4 (29,7cm x 21cm);
- g) margem lateral esquerda – no mínimo, 3cm de largura;
- h) margem lateral direita – 1,5cm;
- i) margens superior e inferior – 2cm;
- j) área de cabeçalho – na primeira página, 5cm a partir da margem superior do papel;
- k) área de rodapé – nos 2cm da margem inferior do documento.



Veja a seguir um documento do padrão Ofício.

Documento do padrão Ofício

Diagrama de um documento padrão Ofício com dimensões indicadas por setas e linhas tracejadas:

- Logo da Presidência da República: 2 cm de altura.
- Endereço: 5 cm de altura.
- Assunto: 1,5 cm de altura.
- Assunto: 3 cm de largura.
- Assunto: 2,5 cm de largura.
- Assunto: 1,5 cm de largura.

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

OFÍCIO Nº 197/2018/SAJ/CC

Brasília, 8 de agosto de 2018.

Ao Senhor
[Nome]
Chefe de Gabinete
Ministério dos Transportes
Esplanada dos Ministérios, Bloco R
70044-902 Brasília. DF

Assunto: Apresentação de novas funcionalidades do Sidof – Módulo I.

Senhor Chefe de Gabinete,

1 A Subchefia para Assuntos Jurídicos da Casa Civil da Presidência da República aprimorou o Sistema de Geração e Tramitação de Documentos Oficiais – Sidof, com a inserção de novas funcionalidades. Os novos recursos do sistema serão apresentados aos servidores em módulos organizados por esta Subchefia.

2 Convido os servidores do [nome do Ministério] para assistir à apresentação do primeiro módulo, a ser realizada em 10 de setembro de 2018, às 9h30, no Auditório desta Subchefia.

3 Para assegurar o credenciamento, solicito a esse órgão a indicação dos servidores que trabalham com o Sidof, até 28 de agosto de 2018, por meio do endereço eletrônico [endereço eletrônico]:

- a) nome completo do servidor;
- b) número de Cadastro de Pessoa Física;
- c) e-mail institucional, unidade/órgão em que atua; e
- d) login no Sidof (caso esteja cadastrado no Sistema).

(29,7 cm x 21 cm)



Dicas

Para discernir com facilidade essas correspondências, tenha em mente que:

- ofício – é expedido por e para demais autoridades e particulares;
- aviso – é expedido exclusivamente por Ministros de Estado e para autoridades de mesma hierarquia;
- memorando – é expedido para comunicação dentro da mesma instituição.

E, em relação à formatação, todos seguem o Padrão Ofício!

Circular

Circular é uma correspondência que é dirigida a vários órgãos ou pessoas, por isso é reproduzida em vários exemplares e possui o mesmo número de controle, pois é o mesmo documento. Apesar de ser enviada para vários destinatários ao mesmo tempo, é importante que a linguagem utilizada cause a impressão de ter sido feita para aquele receptor apenas.

A sua estrutura segue a do documento de origem. Por exemplo, um memorando-circular segue a estrutura de um memorando, um ofício-circular, a estrutura de um ofício.

Padronizações dos documentos

Há alguns elementos da redação oficial que são comuns a todas as correspondências oficiais, são eles:

• Pronomes de tratamento

Os pronomes de tratamento sofreram muitas atualizações devido às variações linguísticas da Língua Portuguesa. Contudo, os pronomes descritos pelo Manual de Redação da Presidência da República (2002) atualizados são:

Pronomes de tratamento e vocativos oficiais			
Vossa Excelência	<ul style="list-style-type: none">• Presidente da República;• Vice-Presidente da República;• Ministros de Estado;• Governadores e Vice-Governadores de Estado e do Distrito Federal;• Oficiais-Generais das Forças Armadas;• Embaixadores;• Secretários-Executivos de Ministérios e demais ocupantes de cargos de natureza especial;	Vocativo dos documentos (seguido do respectivo cargo)	Excelentíssimo Senhor Ex.: Excelentíssimo Senhor Presidente da República

	<ul style="list-style-type: none"> • Secretários de Estado dos Governos Estaduais; • Prefeitos municipais; • Deputados Federais e Senadores; • Ministro do Tribunal de Contas da União; • Deputados Estaduais e Distritais; • Conselheiros dos Tribunais de Contas Estaduais; • Presidentes das Câmaras Legislativas Municipais; • Ministros dos Tribunais Superiores; • Membros de Tribunais; • Juízes; • Auditores da Justiça Militar. 		
Vossa Senhoria	Para demais autoridades e para particulares.	Vocativo dos documentos (seguido do respectivo cargo)	Senhor Ex.: Senhor Ministro

O Manual dá destaque para o fato de não se utilizar mais o pronome *ilustríssimo*. Reforça também que *doutor* não é pronome de tratamento, mas título acadêmico. Desse modo, evite utilizá-lo se o destinatário não possuir diploma de doutorado.

• Fechos

Os fechos saúdam o receptor da correspondência e fecham o texto. Também sofreram alterações, pois já chegaram a quinze padrões, e foram resumidos a apenas os dois seguintes.

- Respeitosamente: para destinatários que estão em nível hierárquico superior;
- Atenciosamente: para destinatários que estão em nível hierárquico igual ou inferior.

• Identificação do Signatário

É a identificação de quem envia o documento feita por seu nome e seu cargo, ambos alocados abaixo da sua assinatura.

Redigindo o conhecimento



Com relação às correspondências utilizadas no âmbito empresarial, assinale a alternativa incorreta.

- A margem lateral direita de um documento Padrão Ofício é de 1,5cm e a margem lateral esquerda, 3cm.
- Apesar de vigorar na internet, o *e-mail* deve apresentar padrão culto de linguagem e possuir sempre a identificação do emissor, que pode utilizar recursos como a assinatura eletrônica.
- As correspondências oficiais memorando e ofício possuem a mesma estrutura de diagramação, mas se diferenciam em seu uso, pois o memorando só pode ser utilizado no mesmo órgão.
- Deve-se riscar a palavra incorreta em uma ata e escrevê-la corretamente, para que o texto não apresente erros.

Comentário: a alternativa incorreta é a letra "d". Como vimos, por ter valor jurídico, a ata não pode conter rasuras, então, não é possível riscar palavras. Caso haja erro no corpo do texto, após a palavra errada, escreva "digo, _____" e a reescreva corretamente. Ao final do documento, se for identificado outro erro, escreva "em tempo, na linha onde se lê _____, lê-se _____" e corrija a escrita do termo.

Resumindo

Nesta lição, conhecemos mais sobre o universo do redator de documentos, que executou papéis de importância na sociedade desde a antiguidade, e que, até os dias de hoje, é de inquestionável valor para a instituição em que atua. Assim, aprendemos também mecanismos para tornar a comunicação clara, produtiva e persuasiva para seu receptor por meio da objetividade e dos recursos textuais de ênfase. Também analisamos modelos de documentos e correspondências empresariais com os quais você trabalhará no seu dia a dia, como sua estrutura fundamental e os recursos disponíveis para melhorá-los. Por fim, conhecemos as correspondências oficiais, que são assim denominadas por serem padronizadas para utilização no serviço público, mas que também atuam no privado, por isso, são fundamentais em nosso estudo.

Com certeza a prática e a constante consulta o levarão a dominar a escrita empresarial e a desenvolver boas ferramentas textuais, o que fará com que você se destaque em sua atuação profissional.

Veja se você se sente apto a:

- redigir documentos próprios do meio empresarial;
- distinguir as correspondências empresariais;
- aplicar modelos de textos empresariais;
- fazer uso de técnicas de elaboração de documentos empresariais;
- empregar recursos de padronização de textos do âmbito empresarial.



Parabéns, você finalizou esta lição!

Agora responda às questões ao lado.

Exercícios

Questão 1 – Com relação às características da adequada redação empresarial, assinale aquela que deve ser evitada.

- a) Praticidade.
- b) Clareza.
- c) Linguagem requintada.
- d) Agilidade.

Questão 2 – Assinale a alternativa que indica a forma correta de denominar a primeira classe de trabalhadores responsáveis pela escrita.

- a) Hieróglifos.
- b) Demóticos.
- c) Narradores.
- d) Escribas.

Questão 3 – Com relação à eficácia textual, é correto afirmar que é a capacidade:

- a) de escrever textos antigos.
- b) de escrever textos longos para muitas pessoas.
- c) de escrever evitando-se ruídos e propagando mais informações.
- d) de escrever utilizando-se uma linguagem rebuscada.

Questão 4 – Com relação às estratégias para uma boa comunicação, assinale aquela que deve ser evitada.

- a) Valorizar os interesses comuns.
- b) Fazer uso produtivo do texto.
- c) Valorizar estratégias de marketing.
- d) Escrever informações desnecessárias.

Questão 5 – Com relação à mensagem que possui clareza em seu objetivo, é correto afirmar que ela apresenta:

- a) interpretação.
- b) objetividade.
- c) ruído.
- d) opiniões pessoais.

Questão 6 – Com relação ao conteúdo que foca em apresentar o objetivo principal reduzindo o tamanho da mensagem, é correto afirmar que trata-se de um texto:

- a) prolixo.
- b) reduzido.
- c) persuasivo.
- d) conciso.

Questão 7 – Com relação à padronização textual, é correto afirmar que:

- a) é o documento que define o assunto a ser tratado.
- b) é o documento que define aqueles que receberão os materiais empresariais.
- c) são as correspondências oficiais.
- d) são padrões estéticos e formais do documento impresso ou virtual estabelecidos, para a redação oficial, pelo Manual de Redação da Presidência da República.

Questão 8 – Com relação ao documento que relata certa atividade da instituição com o propósito de prestar informações sobre as ações já envolvidas, ou a serem, e sobre situações e problematizações que envolvem tal atividade, assinale a alternativa correta.

- a) Contrato.
- b) Correspondência eletrônica.
- c) Ata de reunião.
- d) Relatório.

Questão 9 – Com relação à ata de reunião, assinale a alternativa que possui a sua particularidade.

- a) É redigida no padrão culto da língua portuguesa.
- b) Tem partes obrigatórias, como capa, sumário, índice, introdução, objetivo, desenvolvimento e conclusão.
- c) Impossibilidade de introdução de conteúdo novo em seu texto.
- d) Possibilidade de assinatura automática.

Questão 10 – Com base na comunicação eletrônica, é incorreto afirmar que é possível:

- a) inserir correção automática do texto.
- b) inserir resposta automática para casos de ausência.
- c) separar as mensagens por marcadores de acordo com o conteúdo.
- d) utilizar elementos de oralidade, uma vez que esta é menos informal.

Gabarrto: 1-c; 2-d; 3-c; 4-d; 5-b; 6-d; 7-d; 8-d; 9-c; 10-d.