

1 etape Dintel

1

# COMO ESCREVER TEXTOS TÉCNICOS E PROFISSIONAIS

## COMO ESCREVER TEXTOS TÉCNICOS E PROFISSIONAIS

Todas as orientações para elaborar  
textos técnicos, científicas e documentos eficazes

1

COMO ESCREVER TEXTOS TÉCNICOS E PROFISSIONAIS

O processo de elaboração de textos mapas de ideias  
A importância de dividir os textos para apresentar  
o que é necessário, certas e documentos eficazes  
QUESTÃO DE LINGUAGEM EMPREGAR?  
CONSELHOS ESTILÍSTICOS A APRESENTAÇÃO  
COMUNICAÇÕES A CARTA COMERCIAL OS TEXTOS  
SOMOS FEITA PARA O MEMORANDO A CIRCULAR  
PARA A CORRESPONDÊNCIA FORMAL GUIA  
OS ORACIONAIS ABRIVIATURAS NOS TEXTOS  
TÉCNICOS PROFISSIONAIS

AGEN  
DINTEL

G OUTENBERG

5.

Os textos  
profissionais

Vamos abordar agora as características peculiares de alguns tipos de textos técnicos e profissionais. Tipos de textos há muitos, e seria impossível falar sobre todos. Escollhamos, por isso, os que surgem com mais frequência no dia a dia da empresa: a carta comercial, o relatório, a ata, o memorando e a circular.

#### A CARTA COMERCIAL

A carta comercial é um meio de comunicação entre uma empresa e seus fornecedores e clientes, ou vice-versa.

Afora o modo clássico de envio desse tipo de texto, pelo correio postal, nos últimos anos, graças ao avanço das novas tecnologias, surgiram o fax e o correio eletrônico. Cada um desses caminhos tem suas vantagens próprias: a rapidez, no caso do fax; a possibilidade de vencer enormes distâncias em poucos segundos, economia de custos e rapidez também, no caso do correio eletrônico; a possibilidade de uma comunicação mais calorosa e próxima, no caso do correio postal.

É preciso escolher em cada ocasião o meio mais adequado para enviar nossos textos, mas não esqueçamos, antes de mais nada, as vantagens do texto escrito em comparação, por exemplo, com a chamada telefônica — a objetividade da linguagem e a facilidade para obedecer com absoluto rigor as regras de cortesia —, vantagens que não devem ser negligenciadas no caso do fax e das mensagens eletrônicas. Com frequência, na hora de redigir um e-mail, há o risco de cair num grau de informalidade que prejudique o objetivo da comunicação.

A variedade de cartas comerciais é amplissima, dada a diversidade das atividades empresariais. Sob este nome encontram-se cartas de compra e venda, reclamações, ofertas de serviço, pedidos, apresentações de currículo, cartas de colônia, de agradecimento, declarações diversas, textos publicitários, apresentação de novos produtos e serviços, convites, etc.

Em qualquer um desses casos, a carta comercial é uma vitrine da empresa e condiciona a opinião do destinatário. Portanto, deve causar a melhor impressão possível quanto à sua apresentação, à estruturação da informação e ao tom com que será escrita.

##### Estrutura da carta comercial

- O endereço do remetente
- Há duas possibilidades: utilizar papel timbrado ou escrever o endereço. O timbre e o endereço costumam estar impressos na parte

superior da página. No caso de não dispormos de papel timbrado, devemos escrever o endereço do remetente também na parte superior, mas alinhado à direita da página. Tanto num caso como no outro, devemos encontrar:

- o nome da empresa,
- o endereço postal,
- os números de telefone e fax,
- o endereço de correio eletrônico e/ou da página web.

b. O endereço do destinatário

Escreve-se o endereço do destinatário abaixo do endereço do remetente, alinhando-o à esquerda da página.

São várias linhas. Na primeira, o nome da pessoa a quem nos dirigimos. No caso de não sabermos o nome da pessoa, menciona-se apenas o cargo que ocupa. Se só sabemos o departamento em que essa pessoa trabalha, escreveremos numa linha o nome da empresa e logo abaixo o do departamento. Se dispusermos de todos os dados, precisaremos de quatro linhas: primeiro, o nome do destinatário; depois, o cargo que essa pessoa ocupa; na terceira linha, o departamento em que trabalha; na quarta linha, o nome da empresa.

Logo após, é preciso escrever o endereço completo: rua e número numa linha; c, mais abaixo, CEP, e cidade e estado.

Outra opção é escrever somente o nome e o endereço da empresa à qual nos dirigimos, acrescentando abaixo o que no mundo anglo-saxão se chama *attention line*, ou seja, escrever “aos cuidados de”, seguido do nome ou função que a pessoa exerce na empresa para a qual estamos escrevendo.

##### c. A referência

Trata-se de uma chave que serve para acquirir a correspondência de modo organizado. Entre outras opções, pode ser um número que indique a ordem de chegada da carta à qual se responde ou o modelo do produto do qual se está falando, ou de uma combinação de letras e números referentes a uma pessoa, seja o emissor, seja o receptor, ou a um documento.

##### d. A data

A data de um texto é uma informação bem mais relevante do que possa parecer à primeira vista. As resoluções administrativas, os contratos e outros textos de caráter jurídico que afetam a atividade

empresarial ou profissional têm prazos de vigência, prescrição, etc.

Dai que datar uma carta comercial represente muitas vezes um papel fundamental no momento de lhe conferir validade, além de ser um gesto de cortesia extremamente desejável.

A data pode aparecer sob o endereço do remetente ou entre a referência — ou, em sua ausência, o endereço do destinatário — e a saudação inicial, ou ainda no final da carta, embora existam outras possibilidades. A data vai precedida do nome da cidade da qual se manda a carta e de uma vírgula.

No Brasil, a data segue a seguinte ordem: dia, mês e ano (3 de abril de 2010). Para evitar confusões com outras maneiras de apresentação — nos EUA, por exemplo, o mês precede o dia — é preferível não substituir o nome do mês por sua numeração anual. Convém enfatizar que quanto ao nome dos meses, a diferença também ocorre nos EUA; lá se escreve com letra maiúscula.

#### c. Saudação inicial

Um momento fundamental. O cumprimento inicial da carta indica em boa medida o tom com que se vai escrevê-la. Devemos sempre avaliar o seu grau de formalidade, que deverá ser compatível com o corpo da carta e com a despedida. (Ver Anexos.)

#### f. O corpo da carta

É a parte da carta em que se escreve o seu conteúdo, as ideias e informações que o emissor quer transmitir ao receptor, já nos estendemos o suficiente, no primeiro capítulo, sobre como organizar o conteúdo de um texto. Acrescentaremos apenas algumas considerações sobre a função dos parágrafos que compõem o corpo da carta. Atendendo à sua função, os parágrafos dividem-se em três grupos:

1. O parágrafo de entrada,
  2. Os parágrafos intermediários,
  3. O parágrafo de encerramento.
1. O parágrafo de entrada costuma enunciar o objeto da carta. Nem sempre é assim. Por vezes é utilizado para dar informações prévias que conduzirão ao tema central da carta, nos parágrafos posteriores. É o que acontece, por exemplo, quando o emissor considera necessário apresentar a empresa em nome da qual escreve ou apresentar a si mesmo.
- O que o parágrafo inicial determina, sem dúvida, é o tom geral da carta, já anunciado brevemente na saudação. Portanto, temos de ser extremamente cautelosos e atentos no momento de formular as frases desse parágrafo. Delas dependerá a disposição de ânimo com qual o receptor vai encarar o restante da carta.
- Quanto à extensão, pouco acrescentaremos ao que já dissemos no capítulo 4, sobre a apresentação do texto. No caso do primeiro parágrafo, a brevidade é talvez mais necessária do que nunca. Um início prolixo pode desagradar o leitor e condicionar negativamente a sua leitura até o final da carta. Um primeiro parágrafo com três a seis linhas será suficiente.
2. Nos parágrafos intermediários aparecem os dados e argumentos com os quais o emissor quer detalhar ou defender a ideia que enunciou no primeiro parágrafo. É importante outra vez estarmos atentos à extensão dessa parte da carta, usando o ponto e abrindo parágrafos à medida que vão sendo apresentados novos argumentos.
3. No parágrafo de encerramento, resume-se o que se disse anteriormente e, de modo especial, reitera-se a solicitação ou a informação que constitui o objeto da carta. É bom deixar claro de que modo esperamos que o receptor nos responda. Para tanto, convém propor soluções ao problema ou ao pedido que se formulou.
- b. Despedida ou encerramento
- O grau de formalidade do encerramento da carta dependerá do tom empregado no cumprimento inicial e ao longo da carta. (Ver Anexos.)
- b. A qualificação e a assinatura
- Escreve-se este bloco a quatro espaços da despedida. Dependendo do estilo da carta (ver "Estilos das cartas comerciais", logo adiante), a assinatura ficará à direita ou à esquerda da página.
- A qualificação informa o que é necessário para identificar quem vai assinar. A qualificação é formada pelo nome e sobrenome da pessoa que escreve e seu título ou cargo. Pode estar acima ou abaixo da assinatura.
- Em geral, assina-se à mão. No entanto, algumas vezes, sobretudo se forem cartas comerciais publicitárias, serão feitas várias cópias do original assinado para distribuição entre um grande número de clientes.

Seja como for, a assinatura é elemento fundamental numa carta comercial. Personaliza e autentica o texto.

Se a carta é assinada por outra pessoa em nome do remetente, a assinatura é precedida pelas abreviaturas "pp" (por procuração) ou "p/p" (por), indicando que a pessoa que assina recebeu autorização para fazê-lo.

i. Anexos, cópias e os *postscriptum*

No caso de haver anexos, é bom que na carta se explique o tipo e o número deles. Também é possível indicar se estão sendo enviadas cópias da carta a outras pessoas. Para isso, usa-se a abreviatura "Cc", seguida dos nomes dos outros destinatários. Quanto aos *postscriptum*, é preciso evitá-los ao máximo porque perturbam a estética do documento. Só devemos recorrer a um *postscriptum* (PS) para acrescentar informações fundamentais que tenhamos esquecido de incluir no corpo da carta.

**Estilos das cartas comerciais**

Os quatro modos principais de dispor os parágrafos numa carta comercial são:

- a. Estilo moderno: todas as linhas começam na margem esquerda do papel, sem nenhum espaço à entrada da primeira linha;
- b. Estilo moderno modificado: como o anterior, exceto pela data, pela despedida, pela qualificação e pela assinatura que se escrevem no lado direito;
- c. Estilo profissional: com espaço à entrada da fórmula de saudação e da primeira linha de cada parágrafo;
- d. Estilo evoluído ou simplificado: eliminam-se o cumprimento inicial e a despedida, optando-se para o restante dos parágrafos qualquer um dos estilos anteriores.

Vejamos um exemplo de cada um desses estilos:

\* Estilo moderno:

Studiositas Edições Ltda.  
Rua Domingos de Morais, 2005  
CEP 04009 000  
São Paulo - SP  
[www.studiositedicoes.com.br](http://www.studiositedicoes.com.br)  
Tel.: 5333-2222 Fax: 5322-1111

5

Sr. Roberto Martins Fonseca  
Rua 16 de maio, 1185, cj. 3  
CEP 04777-000  
São Paulo — SP

Ref.: 035/04

São Paulo, 17 de setembro de 2004

Prezado Sr. Roberto:

Recebemos sua carta em que apresenta seu interesse em ocupar a vaga de agente comercial que nosso grupo editorial anunciou.

Após analisarmos seu *curriculum* atentamente, julgamos que é um dos candidatos capacitados para desempenhar esta função. A fim de conhecermos melhor sua formação e experiência, seria muito útil que o senhor comparecesse para uma entrevista pessoal.

Agradecemos que nos visite em nossa sede na próxima quinta-feira, dia 27 de setembro, às 16h. O senhor será atendido por nosso diretor comercial, Sr. Emílio Prado.

Cordialmente,

Beatriz Almeida  
Departamento Comercial

\* Estilo moderno modificado:

Studiositas Edições Ltda.  
Rua Domingos de Morais, 2005  
CEP 04009 000  
São Paulo - SP  
[www.studiositedicoes.com.br](http://www.studiositedicoes.com.br)  
Tel.: 5333-2222 Fax: 5322-1111

Sr. Roberto Martins Fonseca  
Rua 16 de maio, 1185, cj. 3

Clp 04777 000  
São Paulo — SP

Ref.: 035/04  
São Paulo, 17 de setembro de 2004

Ref.: 035/04  
Prezado Sr. Roberto:

Ref.: 035/04  
Prezado Sr. Roberto:

São Paulo, 17 de setembro de 2004

Recebemos sua carta em que apresenta seu interesse em ocupar a vaga de agente comercial que nosso grupo editorial anuncia. Após analisarmos seu *curriculum* atentamente, julgamos que é um dos candidatos capacitados para desempenhar esta função. A fim de conhecermos melhor sua formação e experiência, seria muito útil que o senhor comparecesse para uma entrevista pessoal.

Após analisarmos seu *curriculum* atentamente, julgamos que é um dos candidatos capacitados para desempenhar esta função. A fim de conhecermos melhor sua formação e experiência, seria muito útil que o senhor comparecesse para uma entrevista pessoal.

Cordialmente,  
Beatriz Almeida  
Departamento Comercial

OS TEXTOS PROFISSIONAIS

61

• *Estilo evoluído ou simplificado:*

Stúdios das Edições Ltda.  
Rua Domingos de Morais, 2005  
CIP 04009-000  
São Paulo — SP  
[www.studiosdaseditoes.com.br](http://www.studiosdaseditoes.com.br)  
Tel.: 5333-2222 Fax: 5322-1111

• *Estilo profissional:*

Stúdios das Edições Ltda.  
Rua Domingos de Morais, 2005  
CIP 04009 000  
São Paulo — SP

www.studiosdaseditoes.com.br  
Tel.: 5333-2222 Fax: 5322-1111

•  
S. Roberto Martins Fonseca  
Rua 16 de maio, 1185, cj. 3  
CIP 04777-000  
São Paulo — SP

Ref.: 035/04  
São Paulo, 17 de setembro de 2004

Recebemos sua carta em que apresenta seu interesse em ocupar a vaga de agente comercial que nosso grupo editorial anuncia.

Após analisarmos seu *curriculum* atentamente, julgamos que é um dos candidatos capacitados para desempenhar esta função.

A fim de conhecemos melhor sua formação e experiência, seria muito útil que o senhor comparecesse para uma entrevista pessoal.

Agradecemos que nos visite em nossa sede na próxima quinta-feira, dia 27 de setembro, às 16h. O senhor será atendido por nosso diretor comercial, Sr. Emílio Prado.

Beatriz Almeida  
Departamento Comercial

## O RELATÓRIO

Um relatório é um documento elaborado a partir de uma coleção de dados ou de uma pesquisa. Os relatórios são escritos por ordem de um superior a seu subordinado e, em geral, têm como principal objetivo a tomada de decisões dentro da empresa ou órgão público sobre uma questão específica. Os temas de um relatório são muito variados. Vão desde a atuação de um funcionário até as previsões sobre os lucros que um produto pode trazer, passando pela intervenção de uma equipe de assistentes sociais de uma prefeitura no caso de uma pessoa em risco de exclusão social, apenas para trazer à baila alguns exemplos.

### Tipos de relatório

Existem basicamente dois tipos de relatório: o expositivo e o avaliativo ou argumentativo. O relatório expositivo limita-se a informar sobre um tema ou uma situação, narrando os fatos ou apresentando os dados pertinentes. Embora sua finalidade seja a tomada de decisões por parte de quem o solicitou, o relatório expositivo não inclui nenhuma crítica às informações ou aos fatos recolhidos, nem um tipo de recomendação tampouco. Possui, portanto, um caráter de completa objetividade. Em contrapartida, o relatório avaliativo ou argumentativo deve necessariamente ultrapassar a análise objetiva de uma situação. Pede-se ao seu autor que, além de apresentar imparcialmente os fatos ou dados, elabore uma crítica, extraíndo conclusões e fazendo sugestões.

### O conteúdo e a estrutura dos relatórios

Os relatórios variam muito quanto à sua extensão e estrutura, pois devem adaptar-se à prática da empresa ou da instituição para

a qual estão sendo elaborados, tendo em vista a situação que abordam. Paralelamente a isso, um relatório ideal deve incorporar os seguintes pontos:

- a. Finalidade: todo relatório deve incluir uma explicação a respeito do propósito que o motivou.
- b. Método: deve constar a maneira, a técnica ou o método utilizado para reunir os dados e analisá-los, de modo que o leitor possa julgar em que medida as informações ali transmitidas são confiáveis.
- c. Os dados ou fatos devem ser apresentados de forma clara, organizada e objetiva.

No caso dos relatórios avaliativos, também estes pontos:

- d. Análise: o redator do relatório deve analisar as informações de acordo com o exposto no ponto b.
- e. Recomendações e sugestões: como conclusão do relatório, o redator deve aconselhar o destinatário a respeito das decisões e medidas que deve tomar com relação ao assunto tratado no texto.

A estrutura na qual esses conteúdos são apresentados costuma ser a seguinte:

- a. Capa
  - b. Tabela de conteúdos
  - c. Introdução
- Deve devem constar o título do relatório, o nome do autor, a data em que se concluiu a redação e a empresa ou órgão público dentro do qual o relatório foi elaborado.
- Incluir o índice e o sumário ou a lista de temas do relatório. Também é possível acrescentar um resumo do relatório. Este resumo deve ser sucinto, alguns parágrafos apenas — melhor se for um único parágrafo —, e não deve incluir nada que não apareça no resto do texto. Trata-se de formular de modo sintético o essencial do relatório: objetivos, metodologia, resultados e, nos relatórios avaliativos, conclusões e recomendações.
- Sua função é orientar o leitor antes que ele comece a ler o relatório propriamente dito. Na introdução, apresentam-se o tema e o objetivo do relatório, indicando-se brevemente como serão abordados ao longo do documento.

d. **Corpo**

É a parte nuclear do relatório e costuma dividir-se em sete partes:

1. *Ifundamentos teóricos*

Esta parte só é incluída nos casos em que a pesquisa ou coletânea de dados apoie-se em alguma teoria sociológica, econômica, psicológica, etc.

2. *Ámbito de estudo*

Trata-se de definir a realidade ou os fatos de que se ocupa o relatório e a partir dos quais serão coletadas as informações.

3. *Metodologia*

Como dissemos antes, deve-se explicitar detalhadamente a maneira pela qual as informações foram colhidas e organizadas, de modo que quem solicitou o relatório possa avaliar a confiabilidade desse documento.

4. *Resultados*

Os dados obtidos devem ser apresentados de forma organizada e objetiva, segundo os objetivos do relatório e, o que é ainda mais importante, pensando-se em facilitar a tomada de decisões por parte de quem solicitation o relatório.

5. *Interpretatio dos resultados*

Esta parte, como as duas anteriores, só aparece nos relatórios avaliativos ou argumentativos. É a parte do relatório na qual entra em jogo a subjetividade do autor, embora este deva, sempre, orientar-se por critérios lógicos, se não científicos. Deve primar-se também pela honestidade, e por isso é necessário que o autor informe, de maneira concisa mas com clareza, os limites da sua pesquisa, as variáveis que não teve como analisar.

6. *Conclusões*

Nesta última parte, o autor deve apresentar em poucos parágra-

fos as conclusões que nascem da coletânea de informações e sua interpretação. A passagem da análise crítica dos dados às conclusões deve ser tão natural de modo que o leitor sequer se dê conta. Forçar o leitor a se submeter a uma lógica argumentativa gerará desconfiança. Por outro lado, as conclusões devem cobrir os vazios de informação e, desse modo, ajudar quem solicitou o resumo a tomar decisões a partir do relatório.

7. *Recomendações*

Para facilitar o trabalho do solicitante do relatório, o autor formulará recomendações que realmente sejam úteis à pessoa ou à empresa que precise resolver determinado problema. Se o

autor do relatório quiser incluir conselhos sobre outras questões importantes, deverá avaliar cuidadosamente a pertinência dessa atitude.

c. *Apêndices e bibliografia*

Nesta parte pode-se incluir tabelas, gráficos, ilustrações, etc., detalhando alguns dos pontos abordados no relatório.

Os conteúdos e a estrutura de que falamos até agora são o que normalmente vemos num relatório padronizado, de extensão média. Contudo, no mundo empresarial e na administração pública, é comum a produção de relatórios bem curtos, com uma ou duas páginas. Vejamos que estrutura devem adotar esses documentos mais breves.

Estrutura de um relatório breve

1. Nome da empresa ou do órgão público para o qual se escreve o relatório.

1. Título do relatório: em lugar de um título pode-se escrever o tema do relatório sob a própria palavra RELATÓRIO, escrita dessa maneira, com letras maiúsculas.

1. Nome e cargo do destinatário do documento, que em geral é a pessoa que o solicitou. Pode ser precedido pela frase "A atenção de" ou "Solicitante".

1. Nome e cargo de quem redigiu o relatório. Pode ser precedido pela frase "Elaborado por". O nome e o cargo do autor podem também constar do final do documento, e não do inicio.

1. Exposição do tema do relatório. Esta parte inclui a relação e a análise dos fatos ou das informações constitutivas da situação que motivou o relatório.

1. Proposta de soluções ou medidas a tomar.

1. Assinatura do autor.

1. Data de redação do relatório.

Exemplo de relatório breve:

OSIRIOS Ltda. Tratamento superficial

Sobre o aumento dos acidentes de trabalho

RELATÓRIO

A atenção de: Carlos Almeida, chefe de produção

Elaborado por: João José Marins, chefe de pessoal

No último ano produziu-se em nossa empresa um aumento expressivo (9%) de acidentes de trabalho, o que provoca baixa laboral.

Do total de acidentes, 96% foram leves, e os 2% restantes, graves. Em nenhum caso registrou-se óbito.

As principais causas dos acidentes que se produziram foi excesso de esforço, lesões provocadas por objetos ou máquinas, projeção de partículas e quedas.

Quais são as razões de fundo para esta situação?

Durante o processo produtivo referente aos tratamentos superficiais (sujicão de eletrodos, operações de mesa, manipulação de produtos, armazenamento e conservação) o trabalhador encontra-se constantemente exposto a riscos, dos quais nem sempre está consciente.

Por outro lado, medidas de prevenção adotadas em nossa empresa mostram-se obsoletas e muito genéricas. Ou seja, não estão adequadas à singularidade da nossa cadeia de produção.

É urgente, portanto, a elaboração de um programa de prevenção de riscos ocupacionais, uma vez que a tomada de consciência sobre o perigo de acidentes é fundamental para a eficácia do programa.

Por fim, é necessário munir os empregados com equipamentos de proteção individual compatíveis com a realidade de cada posto de trabalho.

#### SUGESTÕES

1. Elaborar um programa de prevenção de riscos ocupacionais.
2. Ministrar cursos de prevenção de riscos ocupacionais aos empregados.
3. Munir os empregados com equipamentos de proteção individual específicos para cada posto de trabalho.

Ass.: João José Marins  
Recursos Humanos

São Paulo, 22 de fevereiro de 2008

A AIA

Trata-se de um documento oficial cuja função é fazer constar por escrito o que foi discutido ou acordado por uma associação reunida

superiores, dirigindo-se aos seus subordinados, possam abordar determinados assuntos, transmitir ordens ou fazer indicações.

Embora seja correto pensar que muitos memorandos que hoje se escrevem diariamente poderiam ser substituídos por chamadas telefônicas, também é verdade que a comunicação escrita, quando o texto está bem redigido, evita mal-entendidos e, arquivada, é útil para futuras consultas.

Por outro lado, o clássico memorando em papel tem sido substituído pelo e-mail, que cumpre a mesma função. A maior parte do que dissermos agora será válido para esse dois caminhos.

Nos memorandos, é preciso realizar um esforço de concisação ainda maior do que nos outros textos profissionais. O destinatário deve investir o menor tempo possível para conhecer a informação que queremos transmitir. Mas a intenção de termos breves não deve nos levar a redigir textos ambíguos ou ininteligíveis.

O registro em que o memorando deve ser escrito depende da relação hierárquica entre emissor e destinatário. Se ambos possuem o mesmo nível profissional, o tom do texto pode ser informal e mais próximo. Se, ao contrário, o texto está dirigido por um superior a seu subordinado, o tom deverá ser distante e formal.

Quanto à estrutura do memorando, é a seguinte:

- ↳ Timbre da empresa ou do órgão público
- ↳ A palavra "MEMORANDO" centralizada na página
- ↳ Assunto, que é um breve resumo do que está no texto
- ↳ Data
- ↳ Endereço do destinatário
- ↳ Título
- ↳ Despedida
- ↳ Assinatura
- ↳ Qualificação

Muitas empresas contam com folhas já impressas, em formato próprio para memorandos. Nelas aparece o timbre da empresa e a palavra "MEMORANDO" na parte central superior do papel, assim como as palavras "de" e "para," seguidas de dois pontos, para que se coloque o nome ou o cargo do emissor e do destinatário.

Alguns elementos da estrutura acima descrita podem ser omitidos em determinadas circunstâncias, mas isso é comum e pode justificar-se. O assunto, por exemplo, pode ser excluído no caso de o texto ser pouco extenso; a despedida é desnecessária quando

## O MEMORANDO

O memorando é o texto mais utilizado na comunicação interna da empresa. Trata-se de um texto curto para que colegas entre si e

emissor e destinatário estão frequentemente em contato; o endereço pode reduzir-se ao nome do destinatário, etc.

Quanto à maneira de fazer o texto chegar às mãos do destinatário, em geral o memorando não precisa de envelope, a não ser que o conteúdo seja confidencial.

- Exemplos de memorando:

↳ Memorando informal

NEW LOOK Ltda.  
Rua Princesa Bela, 543  
CEP 04119-500  
São Paulo - SP  
Tel.: 7222-8888 Fax: 7222-7766  
modanova@newlook.com.br

## MEMORANDO

4 de março de 2010

De: Ana Silveira (chefe de vendas)  
Para: Luis Rios (chefe de marketing)

Diga-me o endereço do cliente que teremos de visitar depois de amanhã para apresentar nossos novos produtos e falar sobre a campanha publicitária. Seria bom que antes disso conversássemos você e eu para definirmos os detalhes dessa reunião. Seria melhor para mim se você viesse à minha sala amanhã, às 10h. Por favor, diga-me se está bem para você.

Ana Silveira  
Chefe de vendas

## A CIRCULAR

A circular é uma carta que um único emissor remete a vários destinatários. Existem dois tipos de circular: a interna e a externa. A circular interna é um memorando remetido a várias pessoas. Com a circular externa, dirigida em geral aos clientes de uma empresa, estes são informados sobre a constituição, modificação ou dissolução da empresa — nestes casos o texto inclui os motivos para tais mudanças —, a alteração de preços, novas ofertas de produtos ou serviços, mudanças de endereço ou número de telefone, etc. Também podem ser consideradas circulares as cartas publicitárias que as empresas enviam a um grande número de pessoas.

Em geral, não se dá uma resposta às circulares, mas é possível fazê-lo por uma questão de cortesia ou se houver a intenção de iniciar uma operação comercial.

Os formatos que a circular adota são muitos. Vejamos um, a título de exemplo:

↳ Memorando formal

INFORMATICA IEROI Ltda.  
Av. Solidão, 890  
CEP 04000-555  
São Paulo - SP  
Tel.: 3000-7554 Fax: 3000-7655  
leroiclientes@lroi.com.br

## MEMORANDO

Assunto: Cursos de formação

16 de maio de 2010

De: Chefe de pessoal

Para: Chefe de seção

Comunico-lhes que, do dia 7 ao dia 14 de outubro, haverá cursos de formação organizados pela empresa para os nossos funcionários. O horário dos cursos será das 8h às 10h, em dois turnos de uma hora, e a presença é obrigatória, uma vez que serão ministrados dentro do horário de trabalho. Cada chefe de seção deverá distribuir sous funcionários entre os dois turnos. As aulas ocorrerão nas salas disponíveis do segundo andar.

Carlos Dias  
Chefe de pessoal

- ↳ Corpo: o conteúdo da circular  
↳ Frase de despedida  
↳ Nome, sobrenome e cargo do emissor  
↳ Assinatura.

• Exemplo de circular:

Secretaria da Saúde do Município de São José  
Circular Informativa SR 30/04

Assunto: Direito às férias dos médicos eventuais do Sistema de Saúde Municipal

São José, 22 de fevereiro de 2005

De: Ruy Gonçalves  
Para: Hospitais e postos de saúde municipais

Tendo surgido divergências com relação ao direito às férias dos médicos do Sistema de Saúde Municipal que prestam serviços eventuais em hospitais e postos de saúde, cumpre esclarecer o seguinte:  
O artigo 15 da Portaria nº 59/2004, de 20 de dezembro, determina que "Os servidores da saúde poderão gozar a dispensa para férias prevista na legislação específica do serviço público..." estabelecendo ainda que, sem prejuízo dos limites previstos na legislação, "o período de férias a gozar deve de dois dias úteis a cada período de 80 horas por mês."  
Conjugando a legislação que estabelece o regime de férias, faltas e licenças dos funcionários e agentes da administração pública, tendo em vista o disposto no artigo 2º do Decreto Lei 10/1990, de 30 de março, com o regime especial, resulta o seguinte entendimento:  
1. Os médicos que prestam serviços eventuais têm direito ao gozo de 24 dias úteis de férias, sob autorização do Conselho de Administração do Hospital ou da direção do posto de saúde em que estiverem prestando serviços habitualmente.  
2. Esta interpretação visa a assegurar o integral gozo do direito às férias por parte dos médicos que prestam serviços eventuais ao Município, e ao mesmo tempo garantir a prestação de serviços mínima, conforme previsto nos artigos 2.º e 3.º da Portaria nº 59/2004, de 20 de dezembro.

Ruy Gonçalves  
Secretário de Saúde

Anexos

6.

## FRASEOLOGIA PARA A CORRESPONDÊNCIA FORMAL

Saudações iniciais  
(por ordem crescente de conhecimento entre emissor e receptor)

Senhor: / Senhora: / Senhores:

Prezados senhores:

Prezado senhor: / Prezada senhora:

Prezado cliente: / Prezada cliente:

Prezado colega: / Prezado colega:

Caro amigo: / Cara amiga:

**Observação:** Pode-se usar vírgula no lugar dos dois-pontos ou mesmo eliminar a pontuação.

### Despedidas

Agradecendo sua atenção, subscrevo-me cordialmente.  
Na expectativa de sua resposta, despeço-me atenciosamente.

Atenciosamente

Cordialmente

Cordiais saudações

Um abraço

Um forte abraço

Fórmulas de abertura

Para iniciar o texto quando não houve contato anterior:

Temos (tenho) o prazer (a honra) de comunicar-lhe (notificar-lhe, anunciar...)

Temos (tenho) a honra de trazer ao seu conhecimento que...

Queremos (quer) trazer ao seu conhecimento que...

É com muita satisfação que trazemos ao seu conhecimento que...

Para dar continuidade a um contato já estabelecido:

Confirmamos o recebimento de sua carta de (data)...  
Com relação ao envio de sua carta de (data)...

Respondendo à sua carta de (data)...  
Acusamos o recebimento de sua carta do dia 16 do corrente mês...

Recebemos sua carta de (data)...  
Chegou às nossas mãos sua carta do dia 4 do corrente mês...

Para retomar contatos:  
Desculpando-nos por não ter respondido antes...  
Volnarmos a entrar em contato com os senhores para...

Dirigimo-nos ao senhor a fim de comunicar-lhe...  
Vimos comunicar-lhe...  
Informamo-nos que...  
Conforme nosso acordo...  
Dando continuidade ao nosso príncipe contato...  
Mediante esta carta...

Fórmulas de encerramento  
À espera de sua resposta...  
Agradecendo a atenção dispensada...  
À espera de sua deliberação...  
Ficamos à sua inteira disposição para...  
Agradecendo seu interesse...  
Reiterando nossos agradecimentos...

## GUÍA DE CONECTIVOS ORACIONAIS

Como já dissemos várias vezes ao longo destas páginas, em qualquer texto técnico ou profissional é fundamental que a mensagem seja comunicada com clareza, e esta clareza depende, em boa parte, de como encadeamos as ideias. Ou, em outras palavras, de como unimos uma frase com a outra.

Para facilitar a tarefa, apresentamos a seguir uma lista de conectivos oracionais de acordo com a função que exercem no texto. Os conectivos são palavras ou locuções (grupos de palavras) que estabelecem a conexão das ideias expostas num texto, dando-lhe coerção. Além disso, o uso de diferentes conectivos para um mesmo tipo de relação lógica confere vivacidade e riqueza ao texto, colaborando para evitar a monotonia.

### Conectivos oracionais

Para introduzir o tema do texto  
O objetivo principal de...  
Este texto tem por objetivo...  
Nosso objetivo é...

Para iniciar novo tema  
Com relação a...  
Com referência a...  
Outro ponto é...  
Quanto a...

Para retomar o tema do texto  
Conforme dizíamos...  
Volnarmos ao tema principal...  
Retomando o primeiro ponto...  
O ponto seguinte trata de...  
Acerca de...

<i>Para estabelecer uma ordem para a argumentação</i>	Não obstante...
<i>↳ Na abertura:</i>	A despeito de...
Em primeiro lugar...	Pelo contrário...
Primeiramente...	
Príncipio...	
Inicialmente...	
Antes de tudo...	
Antes de mais nada...	
Para começar...	
<i>↳ Para continuar:</i>	
Em segundo lugar...	
Segundo...	
Em terceiro lugar...	
Terceiro...	
<i>↳ Para finalizar:</i>	
Em último lugar...	
Finalmente...	Dito de outro modo...
Para finalizar...	Para dizer sem rodeios...
Para concluir...	Ou seja...
Por último...	Em outras palavras...
Em resumo...	Vale a pena notar que...
Em conclusão...	Fé preciso destacar que...
Em suma...	O mais importante é que...
Resumindo...	A ideia central é...
Recapitulando...	Precisamos enfatizar que...
Em poucas palavras...	Levemos em conta que...
Retomando o mais importante...	Com efeito...
Em última análise...	
<i>↳ Para distinguir:</i>	
Por um lado... / por outro...	<i>↳ Para dar detalhes:</i>
Por uma parte... / por outra...	Por exemplo...
Em contraposição...	Verbi gratia...
Em contrapartida...	A título de exemplo...
No entanto...	Valha como exemplo...
Contudo...	Em particular...
Todavia...	No caso de...
	Concretamente...

Shirt Design Ltda.  
Av. Paulista, 1833  
CEP: 04691-002  
São Paulo - SP

www.shirtdesign.com.br  
Tel.: 3555-3331

SPT Ltda.  
Rua Américo Brasiliense, 981  
CEP: 14015-050  
Ribeirão Preto — SP  
Ref.: B2/03  
São Paulo, 18 de dezembro de 2003

Prezados senhores:  
Dirijimo-nos aos senhores, em resposta à sua carta de 8 de dezembro, na qual nos informam terem recebido sete lotes com 30 caixas do modelo 5479 cada um, mercadoria que os senhores não solicitaram.

Pedimos desculpas pelo ocorrido. A fim de solucionar esse problema, propomos que ponham à venda os lotes, com a possibilidade de devolverem até o final do verão o que não for comercializado. Excepcionalmente também, poderão faturar essa remessa com 10% de desconto.

Se esta solução não lhes parecer interessante, avisem-nos, por favor, e enviaremos uma transportadora para retirar a mercadoria.

Aproveitamos a oportunidade para solicitar-lhes que entrem em contato conosco o mais rápido possível todas as vezes em que notarem qualquer tipo de defeito nas mercadorias enviadas ou se o número de lotes não corresponder ao que se especifica no recibo. Outra possibilidade é anotarem tais problemas no próprio recibo, no momento da entrega.

Solicitamos que em hipótese alguma devolvam a mercadoria pela transportadora. Mantenham-na em seu estoque, informem-nos dos eventuais problemas e nós tomaremos as medidas adequadas imediatamente.

Por fim, queremos comunicar-lhe que no próximo mês de janeiro inaugureremos uma filial de nossa empresa em Ribeirão Preto. Dessa forma, pretendemos aperfeiçoar nossos serviços, aproximando-nos dos nossos clientes.

Gratos por sua atenção, ficamos à espera de suas notícias.

Atenciosamente,

Carla Mendes  
Departamento de vendas

## **Administratives Relatórios**

9

۱۶

Introdução

Relações administrativas são comunicados produzidas pelos membros de uma organização, desde que requeridas ou utilizadas pelas administradoras. Elas podem ser uma simples carta ou memórandos ou, ainda, exposição de uma questão técnica, de um quadro, de um gráfico, de uma tabela. Se o relato do fato ocorreu em conversa, o relatório administrativo serve oral.

Segundo Newman (1987, p. 366), o relatório escrito é um recurso de comunicação que auxilia a organização a terpreta-lo. A coordenação de produção é o en-

## 2 Relações administrativas

Em rebaço aos escádes inferiores, os relatores administrativos propõem-  
nam os shortmados informações quanto aos planos da empresa a longo e curto prazos; mantêm os empregados informados sobre a situação das operações e problemas da empresa; comunicam aos empregados as informações de que po-  
derão precisar para o desempenho de suas funções.

A importancia de um relatório não consiste em seu efeito ou forma, mas em sua utilidade. Em relação à gerência administrativa, os relatórios admisitrativos remetem como objetivo: prestar informações quanto à situação dos planos establecidos, dos projetos concordados e das operações que devem ser realizadas ou já o foram; propor corrigir as irregularidades necessárias para que o administrador possa tomar as decisões adequadas; informar sobre condições existentes na empresa ou áreas probabilidade.

### 3 Redação

O relatório libera o empreendimento de transmídia de forma formal. O relatório libera o empreendimento de transmídia de forma formal. O relatório libera o empreendimento de transmídia de forma formal. O relatório libera o empreendimento de transmídia de forma formal.

Um sistema de relatórios é caracterizado pelo establecimento de quem deve indicar-lhe quem deve encaminhar os relatórios. Um sistema de relatórios é caracterizado pelo establecimento de quem deve indicar-lhe quem deve encaminhar os relatórios.

Embora de grande utilidade, o relatório escritório deve ser complementado com o oral, uma vez que permite expressões e interpretações que sempre importam para a coordenação.

Quando se tem pela frente de escrever uma carta ou um memorando, é possível que o redator não se valla de investigá-lo demorada, embora tenha de se fundamentar com informações precisas. Há casos, todavia, em que é necessário tratar que o redator deve ter uma certa apreensão.

Um relatório para a tomada de decisão pode exigir elaboração acurada e profunda: não é necessário pôr pesquisas.

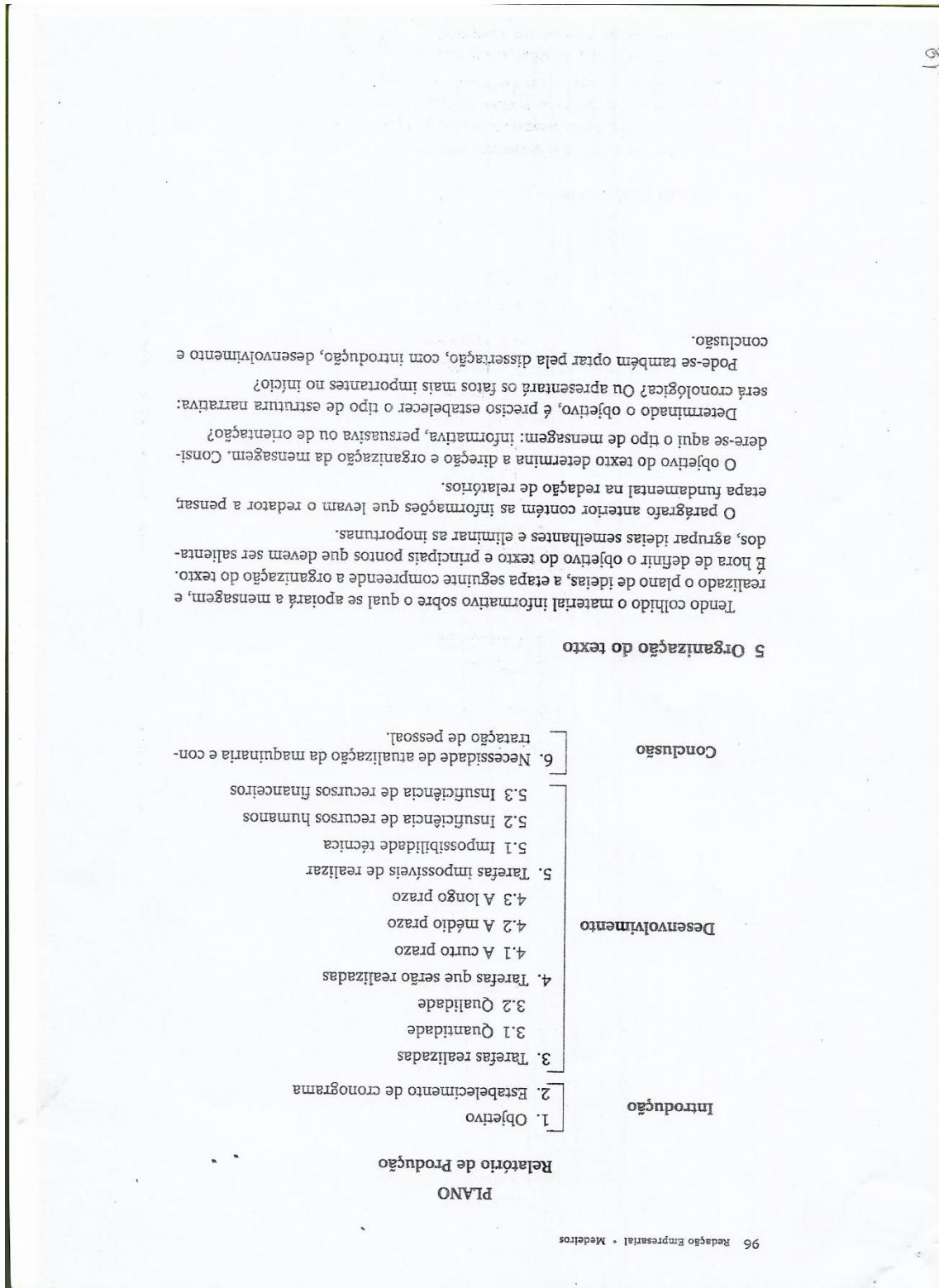
Saber onde estão as informações e como examiná-las é recurso indispensável ao redator.

O primeiro passo é, portanto, conhecer a localização das fontes de informação. São Paulo?

Os segundos passos é conhecer a metodologia de pesquisa, como manusear as fontes de informação.

Ao iniciar a pesquisa, verifica-se sua extensão, ou seja, quanto de informação será necessária. Por isso, é necessário determinar a extensão do objeto de relatório.

Em geral, a pesquisa é assumida.



- Existe um modelo indicado para elaborar a apresentação de um relatório desse tipo.
1. APRESENTAÇÃO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS
- Na exposição por enumeração de fatos ou problemas, o redator procura apresentar fatos que comprovam ou fundam entram a ideia principal.
- A apresentação deve seguir exposição cronológica dos fatos expõe imediatamente o problema e, em seguida, causa, efeitos, soluções, argumentação.
- As estruturas mais comuns de relatórios são:
- Apresentação de solução de problemas.
  - Enumeração de fatos (procedência especial).
  - Exposição temporal: cronologia dos fatos.
  - Argumentação.
- O esquema seria:
1. Problema.
  2. Causas.
  3. Efeitos.
  4. Soluções.
- A Diretora da Empresa Gattiho de Ouro Verde, reuni-  
da no último dia 15 de abril, resolviu alterar sua política de vendas. Forma objetivo de instalar sedes práticas das maiores empresas de crédito, que vêm sendo praticadas há mais de dez anos:
1. 40% para clientes preferenciais, com volume de com-  
pras superiores a 50 mil mensais;
2. 30% para clientes com volume de compra entre 50 e 30 mil mensais;
3. 20% para clientes com volume de compra até 20 mil mensais.
- Historico

Um segundo modelo de desenvolvimento do texto consiste na estruturação com a exploração de elementos espaciais. Trata-se de um modelo de descrição. A Diretoria da Empresa Gathão do Ouro Verde, reunida no último dia 15 de abril, resolreu alterar a programação de vendas relativa à Capital e interior do Estado de São Paulo. Havendo, a partir de agora, necessidade de os vendedores alterarem sua programação de visitas e, particularmente, o volume de vendas, conforme descrito a seguir:

1. Na Capital, serão intensificadas as visitas para estimular as vendas nas zonas sul e oeste. A conta de produtos a distância de 90.000 unidades para 150.000 unidades.

2. No interior do Estado, serão consideradas relevantes as despesas 180.000 unidades.

3. 30% para clientes com volume de compra até 20 mil mento para 45 dias.

4. 45% para clientes preferenciais, com volume de compra superior a 50 mil mensais;

5. 35% para clientes com volume de compra entre 50 e 30 mil mensais;

6. 30% para clientes com volume de compras entre 50 e 30 mil mensais.

O prazo, anteriormente de 30 dias para o mês, também foi alterado. Diversamente, clientes preferenciais com volume de compra superior a 50 mil respeitam o prazo de pagamento de 45 dias.

3. 30% para clientes com volume de compras até 20 mil mento para 45 dias.

4. 45% para clientes preferenciais, com volume de compra superior a 50 mil mensais;

5. 35% para clientes com volume de compra entre 50 e 30 mil mensais;

6. 30% para clientes com volume de compras entre 50 e 30 mil mensais.

Alterações:

Terminada a reunião, ficaram estabelecidas as seguintes

#### 4. ARGUMENTAÇÃO

Início - Lendo em vista desse longo e harmônico relacionamento, consideramos relevante relatar-lhe os fatos que vêm ocor- rendo ultimamente e que nos têm causado certa preocupação. Quanto à continuidade de nossas transações comerciais.
A partir do dia 4 de Janeiro desse ano, formou-se um proposito de poucos reuniões técnicas, que não se interrompi- das e retomadas, revelando desinteresse em nos atender. Em março, os preços foram reajustados sem previso av- iso. Anteriormente, seu anúncio vendeu-nos informação sobre nova lista de preços, com antecedência.
Aqui se tavam reservados surpresas maiores: alteração de percentagem para menos.
Dizente de todos esses fatos, é imprescindível uma reu- nião com a Diretoria da Marketing da Gattião de Ourô Verde para esclarecimentos e soluções desses problemas.
Conclui-

### 3. EXPOSIÇÃO TEMPORAL: CRONOLOGIA DOS FATOS

### 8.1 Conteúdo do relatório

Indicar nome e título do relatório. É desejável que o título não seja vago nem impreciso. É necessário delimitá-lo (a delimitação resulta do acréscimo de adjetivos e advérbios; véja-se item 3, "Redação"). Outras exigências são: nome do destinatário, do autor, título e data no incio do relatório.

### 8. Como fazer relatório administrativo

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

Os relatórios devem apresentar as características dos principais problemas que estão sendo examinados. Em geral, o relatório deve em consideração o recep- tor e expõe os dados estatísticos, examinando-as profundamente.

### 7 Exposição

Há quem ensine que quanto maior o número de informações mais útil é o relatório. Tal fato, porém, não se revela verdadeiro sempre. O relatório deve conter o desempenho alcançado com os padrões extra- belecidos. É necessário simular que explique as alterações, os desvios do padrão. Finalmente, é desejável que sugira medidas correctivas.

### 6 Conteúdo dos relatórios

Solução  
Há seis meses, reuniões semanais e relatório dos vendê- dores do que vinha ocorrendo serviram como estímulo para uma solução desejável. Desta feita, item dos casos relatados pelos vendedores e das reuniões, sistemos em bloco, alternando a bordagem de nossos clientes, tornando a venda mais agressiva, levando o cliente a desintoxicar de seus biorre- címenos. Oferecemos aos clientes displays e gôndolas para bebedores. Há quem ensine que quanto maior o número de informações mais úteis é o relatório. Tal fato, porém, não se revela verdadeiro sempre.