



Administrativo

1. Redação de Documentos

Aula
1

Nesta aula, focaremos nossos esforços no sentido de aprimorarmos os conhecimentos já adquiridos na linguagem escrita, especificamente a redação comercial.

Para tanto, faz-se necessário uma abordagem rápida sobre os modelos redacionais, suas características básicas e utilizações. Esses elementos serão imprescindíveis para a determinação do texto a ser produzido.

Um texto correto, preciso e bem concatenado resulta de um pensamento organizado, ao qual se somam a capacidade de aproveitar os recursos expressivos da língua, a vivência pessoal e o pensamento crítico.

Não se pretende aqui formar escritores, mas prepará-los para escrever satisfatoriamente textos que revelem precisão vocabular e clareza de ideias.

As qualidades de um texto vão se aprimorando a cada nova experiência redacional, criando, reconstruindo ou inovando, num contínuo e diletante processo de aprendizagem.

A seguir, serão apresentados os principais instrumentos utilizados na correspondência comercial e oficial.

1.1. Carta Comercial

É um instrumento de comunicação usado por empresas para iniciar, manter ou encerrar transações.

Como qualquer outra, é um instrumento de comunicação que se restringe a determinada área: empresarial e/ou comercial, razão pela qual tem características próprias.

As qualidades da carta comercial são as seguintes:

a) **Boa apresentação:** exige-se, portanto, ordem, organização e limpeza.

b) **Clareza:** a obscuridade do texto impede a comunicação imediata e dá possibilidade a interpretações que podem levar a desentendimentos e, até mesmo, a prejuízos financeiros.

A linguagem há de ser:

1. Simples, evitando-se preocupação com enfeites literários.

2. Atual, isto é, inteligível à época presente.

3. Precisa, a saber, própria, específica, objetiva.

4. Correta, com exata observância das normas gramaticais.

5. Concisa, informando com economia de palavras.

6. Impessoal, com objetividade.

Partes da carta comercial

a) **Cabeçalho ou timbre:** com todos os elementos que identifiquem a firma. Hoje, o cabeçalho já vem impresso e há casos em que simplesmente não aparece.

b) **Destinação ou endereçamento com localidade:** com respeito à localidade, deve-se prestar atenção ao seguinte:

- A tendência atual é se colocar o local à esquerda, no alto;
- Não se abrevia o nome do lugar, escreve-se São Paulo e não S. Paulo;
- Após o nome da cidade, usa-se a vírgula.

c) **Data:** com respeito à data, importa lembrar:

- Nome do mês com minúscula;
- Após a data, segue ponto final;
- Os numerais designativos de ano não se separam por ponto ou espaço; assim deve-se escrever 1992 e não 1.992 ou 1992;
- Os numerais de uma data separam-se por hífen e não por barra. Então, 30-11-91 e não 30/11/91;

d) **Iniciação:** abrangendo vocativo (invocação), referência e início, com várias fórmulas possíveis.

- Na invocação é de praxe a expressão “Prezado(s) Senhor (es)”, seguida de dois-pontos. Outras fórmulas: Prezado Amigo, Senhor Diretor, Senhor Gerente, Caro Cliente, Senhores, etc.

Para o início, propriamente dito, há uma série de fórmulas, mas nada impede que o redator crie outras. Como exemplos:

“Em atenção ao anúncio publicado...”

“Em atenção ao pedido...”

“Com relação à carta do dia...”

“Atendendo à solicitação da carta...”

“Em cumprimento às determinações...”

e) **Corpo da carta**, ou a exposição do assunto que, obviamente, é variável, de acordo com o que se pretende.

É comum o uso de formas de tratamento abreviadas, com V. Sa.; V.Sas; V.S.a; V.S.as; V. Ex.a; V.Ex.ª; Exmo. Sr. e outras.

Vale lembrar que o verbo relacionado com os referidos pronomes de tratamento deve estar sempre na terceira pessoa, do singular ou do plural.

f) **Fecho da carta:** é a parte que encerra a carta, com uma série de fórmulas já estabelecidas, como:

Atenciosamente.

Com elevado apreço.

Com elevada consideração (ou estima).

Cordiais Saudações (Saudações cordiais).

Cordialmente.



1.2. Requerimento

É um meio de comunicação escrita usado para fazer um pedido a uma autoridade pública. Sua estrutura é dividida da seguinte forma:

a) **invocação:** pronome de tratamento adequado e título da pessoa a quem se dirige;

b) **preâmbulo:** identificação do requerente (nome, número do documento de identidade, nacionalidade, estado civil, endereço, profissão);

c) **texto:** exposição do que o requerente solicita, e justificativa;

d) **fecho:** onde aparecem fórmulas como:

- Nestes termos pede deferimento.

- Termos em que pede deferimento.

e) **data e assinatura** do requerente.

1.3. Procuração

É um documento por meio do qual uma pessoa transfere a outra poderes para praticar atos em seu nome.

As características principais da procuração são:

a) **Apresentação dos dados pessoais** do outorgante (aquele que passa a procuração) e do outorgado (aquele que recebe a procuração).

Esses dados são: nome, nacionalidade, estado civil, profissão, residência e identidade.

b) **Explicação da finalidade da procuração.**

c) **Indicação do local e data**, seguida da assinatura do outorgante.

A procuração pode ser pública ou particular.

A pública é registrada em cartório; a particular é geralmente conservada sem registro.

Mas as assinaturas devem ser sempre reconhecidas em cartório.

1.4. Memorando

É uma comunicação interna das empresas, utilizada entre os vários setores para encaminhar, solicitar, pedir, distribuir ora informações ou documentos, ora material ou relatórios etc.

Geralmente, as empresas têm formulário próprio que deve conter as seguintes informações dos departamentos remetentes e destinatário:

- Sigla do Departamento e Nome por extenso;
- Nomes e cargos dos funcionários;
- Referência ou síntese do assunto;

1.5. Ofício

É um tipo de correspondência muito utilizada nos órgãos públicos, podendo ser usado também por empresas, clubes e associações, e, ainda atualmente, como correspondência protocolar entre as entidades públicas ou particulares.

1.6. Recibo

Sempre que ocorre uma transação comercial, faz-se necessário o recibo.

O recibo é o comprovante do recebimento de uma mercadoria ou de um pagamento efetuado.

1.7. Declaração

É um instrumento de comunicação, usado quando se quer afirmar a veracidade de um fato.

A declaração pode ser feita de dois modos: verbalmente ou por escrito.

1.8. E-mail

Com o advento da INTERNET, a comunicação por e-mail tornou-se essencial nas relações comerciais (interna e externa).



Regras

- Na hora de responder, seja ágil. Redija textos curtos, de fácil e rápida assimilação.
- Quando a quantidade de informações for muito grande, prefira transformá-las em arquivos anexados. Os textos de corpo de mensagem devem ser sempre curtos.
- Letras maiúsculas ou em negrito são como um “grito” eletrônico. Evite-as.
- Nos e-mails de negócio, evite usar abreviaturas e ícones de emoção.

Em seus e-mails procure também ser diplomático. Nada que o cliente diga é contra você especificamente.

Por isso, não “grite” com o leitor e mantenha sempre uma atitude positiva.

Tente em sua resposta, citar trechos do e-mail do cliente, o que fará sentir-se respeitado.

Em vez de “Em resposta ao seu pedido, informamos que...”, escreva: “Em resposta a sua solicitação de patrocínio artístico, informamos que...”.

Além disso, foco no leitor, clareza, concisão, precisão vocabular, expressividade e uma dose de persuasão são os ingredientes fundamentais para uma boa comunicação eletrônica.

1.9. Recomendações Gerais

a) Modere a linguagem:

Seus interlocutores são pessoas desconhecidas. Evite afirmações contundentes, do tipo “dono da verdade”. Cada um tem sua própria opinião, que deve ser sempre respeitada.

Não seja irônico, nem violento, muito menos arrogante.

Quando escrever alguma coisa, coloque-se no lugar de quem está lendo sua mensagem do outro lado da linha.

b) Leia sempre o que escreveu

Não há nada mais desagradável do que receber um texto repleto de erros de ortografia ou concordância, escrito de maneira rápida.

Dá a impressão de que o autor não estava muito interessado em tomar parte na discussão e despachou a primeira coisa que lhe veio à cabeça.

Nem sempre temos ampla liberdade na hora de escrever um texto.

É o que ocorre, por exemplo, no caso da correspondência oficial ou comercial.

Esses textos possuem formas consagradas pelo uso e é bastante útil conhecê-las.

Não devemos esquecer, porém, que a característica principal desses tipos de texto deve ser a objetividade.

Por isso essas formas não podem ser vistas como imutáveis. Com o tempo, elas vêm admitindo mudanças e simplificações.

Expressões antiquadas, fórmulas de saudação exageradamente enfáticas, palavras redundantes – tudo isso deve ser evitado pelo redator.

O importante é que o conteúdo seja expresso de maneira clara e em poucas palavras.

Clareza e concisão: eis as duas características principais que esses tipos de correspondência devem apresentar.

Nesta aula, vimos dicas e regras de como redigir alguns dos documentos mais frequentemente utilizados em um ambiente comercial.