

Principais problemas da redação empresarial

Texto Complementar

(Escrito em Português, variante do Brasil)

Na empresa, a escrita é coletiva, isto é, você não escreve em seu próprio nome, mas em nome da companhia para a qual trabalha. Por isso, deve pensar não em “eu”, mas em “nós”. Mesmo na comunicação interna, você deve considerar que se trata da empresa interagindo verbalmente com seus funcionários.

Apenas alguns relatórios ou notas serão assinados por você correspondendo a um compromisso pessoal, mas a maioria dos documentos diz respeito à empresa e exige que você respeite os posicionamentos da companhia diante dos fatos relativos à correspondência, porque você está transmitindo uma mensagem no lugar de outrem, sua empregadora.

Isso exige de você um esforço duplo: ao mesmo tempo em que você precisa apropriar-se da mensagem, colocando-se no lugar do locutor real, você não pode se esquecer do interlocutor, da outra empresa, preocupando-se com o modo como ela pensa, a forma como ela vai reagir ao conteúdo do texto produzido por você e enviado por sua empresa.

É preciso lembrar ainda que o texto empresarial não reflete apenas o trabalho de quem o redigiu, ele reflete toda a empresa. É por isso que uma carta mal escrita, rasurada, mal formatada, sem clareza nem correção, por exemplo, representa uma empresa pouco confiável. Daí a importância de você se preocupar com a clareza, concisão e correção ao redigir em nome de sua empresa, a fim de evitar uma imagem negativa dela.

Mitos e verdades sobre redação empresarial:

MITO: você deve usar linguagem formal erudita.

VERDADE: você deve usar linguagem formal, mas simples.

MITO: você deve apresentar todas as informações.

VERDADE: você deve apresentar apenas as informações pertinentes.

MITO: as pessoas querem ler seu documento.

VERDADE: as pessoas prefeririam fazer outra coisa.

DICAS

Você deve usar linguagem simples

Os textos que circulam no meio empresarial, normalmente, têm uma função prática; eles não são construídos para comover o leitor, nem para distraí-lo, mas para informá-lo a respeito de um tema específico. Por isso, use uma linguagem formal, correta do ponto de vista gramatical, mas direta, recorrendo a palavras do dia a dia, que facilitam a compreensão do leitor.

Você deve apresentar apenas as informações pertinentes

Um texto longo, cheio de detalhes, desvia a atenção do leitor dos pontos mais importantes e não atinge seu real objetivo. Tenha em mente o que pretende com o documento e atenha-se às informações pertinentes aos seus objetivos.

As pessoas prefeririam fazer outra coisa

A vida empresarial exige muito de todos os envolvidos nela. Em função disso, não sobra muito tempo para leituras extensas. Além disso, o leitor de um documento que circula na área empresarial nem sempre conhece o autor do texto e tem pouco interesse no texto; lê porque precisa ler, não porque quer. A leitura de uma correspondência obriga o leitor a interromper seu trabalho. Se ela não for direto ao assunto, o leitor a arquivou ou a descarta. Por isso, não se estenda e seja direto.

SEIS ESTRATÉGIAS PARA CHAMAR A ATENÇÃO DO LEITOR

- 🗨️ Apresente o ponto principal no início. Assim, o objetivo do documento fica claro desde o princípio.
- 🗨️ Utilize subtítulos descritivos, eles orientam a leitura do documento.
- 🗨️ Seja claro, a falta de clareza compromete a compreensão de seu texto.
- 🗨️ Escreva com frases curtas, elas são fáceis de processar.
- 🗨️ Empregue palavras simples, elas são facilmente compreendidas.
- 🗨️ Utilize uma diagramação “arejada”, ela valoriza o seu texto.

QUINTELLA, Maria Rita, “Principais Problemas da Redação Empresarial”, 2009,
in STACHESKY, Denise, *Comunicação Empresarial e Correspondência*, Curitiba, IESDE, 2010, p. 82 - 83

Os textos que circulam no meio empresarial, normalmente, têm uma função prática; eles não são construídos para comover o leitor, nem para distraí-lo, mas para informá-lo a respeito de um tema específico. Por isso, use uma linguagem formal, correta do ponto de vista gramatical, mas direta, recorrendo a palavras do dia a dia, que facilitem a compreensão do leitor.

Você deve apresentar apenas as informações pertinentes

Um texto longo, cheio de detalhes, desvia a atenção do leitor dos pontos mais importantes e não atinge seu real objetivo. Tenha em mente o que pretende com o documento e atenha-se às informações pertinentes aos seus objetivos.

As pessoas prefeririam fazer outra coisa

A vida empresarial exige muito de todos os envolvidos nela. Em função disso, não sobra muito tempo para leituras extensas. Além disso, o leitor de um google mento que circula na área empresarial nem sempre conhece o autor do texto e tem pouco interesse no texto; lê porque precisa ler, não porque quer. A leitura de uma correspondência obriga o leitor a interromper seu trabalho. Se ela não for direto ao assunto, o leitor a arquivará ou a descartará. Por isso, não se estenda e seja direto.

SEIS ESTRATÉGIAS PARA CHAMAR A ATENÇÃO DO LEITOR

- 📌 Apresente o ponto principal no início. Assim, o objetivo do documento fica claro desde o princípio.
- 📌 Utilize subtítulos descritivos, eles orientam a leitura do documento.
- 📌 Seja claro, a falta de clareza compromete a compreensão de seu texto.
- 📌 Escreva com frases curtas, elas são fáceis de processar.
- 📌 Empregue palavras simples, elas são facilmente compreendidas.
- 📌 Utilize uma diagramação "arejada", ela valoriza o seu texto.

