Modelos de correspondência empresarial

Principais suportes de Comunicação Escrita nas Organizações

"Uma correspondência empresarial bem elaborada traz muitos benefícios à empresa e à sua imagem. A comunicação gerada pelas informações empresariais possibilita expandir negócios e ganhar em competitividade. Mas, uma comunicação eficaz só ocorre quando existe uma gestão das informações durante a realização das tarefas empresariais."

(STACHESKI, 2010)

Para a produção de textos de tipologias diversas, recorremos a estruturas e a vocabulário específicos. Por exemplo, ao escrever uma carta para um familiar, recorremos a determinado tipo de linguagem e de estrutura; todavia, se escrevermos uma carta em contexto empresarial, recorremos a outra estrutura, a outra linguagem e até a algumas fórmulas. Quando escrevemos instruções para uma tarefa, utilizamos outra estrutura diferente, por exemplo uma ata… A essas diferentes formas de textos chamamos **tipologias textuais**; são a forma sob a qual o texto se apresenta, determinando a estrutura padrão, de acordo com o objetivo e a finalidade desse texto. Cada tipo de texto é selecionado pelo emissor, de forma a responder às suas necessidades numa determinada situação. A intenção é transmitir a mensagem ao interlocutor de forma efetiva, o que acontece desde as mensagens de WhatsApp até documentos organizacionais. Cada tipologia textual tem como princípio fundamental dar uma resposta objetiva àquilo que é transmitido. A essa característica dá-se o nome de eficácia.

Para responder à comunicação formal com eficácia, as organizações e, neste caso, as empresas, recorrem a diversos documentos formais, que permitem que a comunicação se realize com sucesso. Entre eles estão a carta comercial, o ofício, o memorando, a circular e o requerimento...

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL
POCH PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

Além desses textos formais de comunicação, dentro das organizações existem outros canais de comunicação que também obrigam a uma série de estratégias para sua produção; como é o caso do e-mail, a caixa de sugestões, o jornal mural…

Todas as formas de comunicação escrita de uma empresa contribuem para a sua imagem positiva ou negativa. Portanto, é crucial debruçarmo-nos sobre os diversos modelos de correspondência e sobre os principais suportes de comunicação escrita em contexto empresarial.

Os textos de correspondência serão, apenas, simples instrumentos de comunicação nas empresas?

Não! A correspondência empresarial e os seus textos podem influenciar a imagem que os públicos constroem da empresa. Por meio da sua forma de comunicar, a imagem da empresa pode ser fortalecida ou tornar-se negativa perante os seus públicos.

A **correspondência** é a ação que tem como objetivo informar. Ela permite a troca de informação, desde a emissão da mensagem, até à sua receção, envolvendo todos os elementos do ato de comunicação, como vimos no Tema anterior É uma forma de comunicação escrita entre as pessoas e entre organizações.

Nesta síntese, abordaremos os seguintes textos:

1. **Carta comercial**
2. **Circular**
3. **Memorando**
4. **Declaração**
5. **Requerimento**
6. **Ata**
7. **Relatório**
8. **Jornal Mural e a caixa de sugestões**
9. **Correio eletrónico**

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

Vamos analisar cada um deles, nas suas características e estrutura…

1. Carta comercial

1.1 Características

- Ela representa um meio de comunicação muito importante entre as empresas, que pode ser uma opinião, crítica, solicitação, comunicado, cobrança, negociação, agradecimento, propaganda, dentre outros.

- Além disso, a carta comercial apresenta marcas de impessoalidade e imparcialidade. Ou seja, são escritas em terceira pessoa e normalmente não expressam opiniões ou juízos de valor de seu remetente.

- A linguagem utilizada na carta comercial é formal, clara e objetiva com um texto breve e parágrafos curtos.

1.2 Estrutura

O Cabeçalho:

Geralmente as cartas comerciais são realizadas em papel timbrado da empresa, com o seu logotipo, com nome e o endereço correspondentes. Se enviada pelos correios, o envelope também é timbrado, ou seja, com a identificação visual, com a imagem da empresa. **O Timbre e o endereço** são elementos importantes para caracterizar a natureza da empresa e reforçar sua imagem.

- **Número e Departamento**: algumas cartas comerciais são numeradas e indicam o nome do departamento da empresa que envia o texto.

- **Assunto**: alguns modelos de carta comercial admitem o campo “assunto”, que se refere ao tema que será tratado na carta. É a linha em que se sintetiza o objeto da carta. Esse campo aparece abaixo da numeração e indicação do departamento.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

- **Local e Data**: acima do corpo de texto, e geralmente na margem esquerda, indica-se a data e o local do envio da carta. A **Data** é um elemento essencial para garantir a referência do leitor, se no papel de impressão já houver o endereço, pode-se dispensar o local e anotar apenas a data, mas se a empresa tiver várias filiais é importante destacar-se o local.

- **Destinatário**: é a quem se destina a comunicação. Hoje, estão em desuso as expressões "À/ Às/ Para/ Ex.mos. Senhores" antes do nome do destinatário. Coloca-se apenas o nome da empresa ou da pessoa a quem a carta se destina.

- **Vocativo**: representa o nome do destinatário do texto, que deve surgir de maneira formal. Há várias formas possíveis: Prezados Senhores, Senhores, Senhores Clientes, Caro Cliente). Após o vocativo pode-se usar vírgula ou dois pontos; hoje é mais comum o uso dos dois pontos, isto porque se considera que a carta é uma enumeração de fatos, ocorrências etc.

O Corpo da carta: trata-se do conteúdo da mensagem que será enviada. ele deve ser exposto de forma clara, objetiva, precisa e com parágrafos curtos. Normalmente, são escritos três parágrafos: o da apresentação do tema, o do desenvolvimento do tema em que se devem colocar os problemas e as soluções e o da conclusão. Portanto, não seja prolixo (que usa palavras em excesso; que não consegue resumir uma ideia nem encurtar um pensamento):

- **Como iniciar:** No primeiro parágrafo deve fazer uma breve e incisiva exposição sobre o motivo que o levou a enviar a correspondência.
- **O desenvolvimento:** Explicação mais detalhada das razões que o levaram a escrever a carta dando todas as informações específicas para que o leitor compreenda o seu objetivo.
- **Como terminar:** Tal como a introdução, o último parágrafo não deverá ultrapassar as quatro ou cinco linhas. É importante agradecer ao leitor o tempo que despendeu com a leitura da sua carta, e deve funcionar como um convite para que destinatário o contacte com brevidade.

Despedida ou fecho: deve ser simples; de acordo com as normas formais, despede-se com expressões como: *saudações, cordialmente, respeitosamente, atenciosamente,* etc. Não se esqueça de esclarecer de que forma é que o destinatário poderá entrar em contacto consigo ou responder à sua missiva.

- **Assinatura**: Por fim, aparece o nome do emissor (remetente) da carta, e logo abaixo o seu cargo na empresa.

1.3 Algumas regras

Para a produção de **uma carta comercial**, uma série de regras deve ser seguida.

- Papel A4
- impressão apenas de um lado do papel; 20 a 25 linhas por página;
- margens: direita (3cm); esquerda (3cm); superior (3cm); inferior (3cm);
- espaços duplos ou 1 ½. Entre os parágrafos, é costume duplicar esse espaço interlinear;
- **escolher o papel** - O objetivo de um papel de qualidade é diferenciar a sua correspondência da dos concorrentes. Quando escolher o papel dê atenção aos seguintes aspetos:
  - ✓ O tamanho da folha deve ter em conta a dimensão do sobrescrito. A carta dobrada, no máximo em três, deverá caber comodamente no sobrescrito. A cor do papel também é importante. Os tons pastel são os mais adequados.
  - ✓ O grafismo do cabeçalho é primordial, devendo apostar na simplicidade.

Erros a não cometer:

- Repetições: o excesso de explicações cansa e incomoda, além de tornar a carta, desnecessariamente, muito mais longa;

- Parágrafos demasiado longos e palavras rebuscadas: sem cair num estilo minimalista, procure que os seus parágrafos sejam breves e diretos;

Ideias-chave para uma carta eficaz:

- Não deve exceder uma página. A mensagem tem de ser breve, clara e direta, para não dar lugar a equívocos e evitar aborrecer o destinatário.
- A carta deve estar dirigida a uma pessoal específica. Se não conhecer ninguém na empresa, telefone a perguntar o nome e a função.
- Escreva uma introdução apelativa. Não se esqueça das três funções básicas de uma abertura: convidar, informar e seduzir.

São comuns nas correspondências algumas expressões, como: *Solicitamos a V. Exª, Informamos V. Exª que; Atenciosamente; Saudações; Cordialmente*…

É importante salientar que a produção do texto da correspondência deve seguir qualidades da comunicação escrita como a exatidão, a coerência de ideias, a clareza e a concisão. Outro fator importante é verificar a possibilidade de simplificar o texto, diminuindo expressões. Veja alguns exemplos:

“No decorrer de todo o ano…” – Neste Ano

“Na expetativa de…” – Esperamos

“Anteriormente citado…” – citado

“Segue em anexo a esta…” - Anexamos

Dê mais ênfase ao "É" do que ao "Não É";

Evite expressões que transmitam factos desagradáveis; Diga que a empresa "Pode" e "Irá fazer" e não que "Não pode";

Conceda mais espaço para as boas notícias e menos para as más notícias. Se tiver de dar más notícias, coloque-as em segundo plano, ou no fim dos parágrafos. As boas notícias devem ficar em locais de destaque.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL
POCH
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

MARQUINORTE
Rua do Expediente nº45
Caixa Postal 5600, Bobalhoa

TEM-TUDO, Lda.
Rua das Vendas, Nº 54
Caixa Postal 6500, Boblhoa

Bobalhoa, 11 de Maio de 2014

V/Referencia: CDE-APR84ef
N/Referencia: AB/22W

Assunto: Substituição de Material

Exmos. Srs.,

Lamentamos ter tido conhecimentos pela v/carta de 24 de Abril último do grande número de queixas recebidas quanto ao funcionamento das máquinas de modelo ''Marte' fornecida em 28 de Março. Uma vez que temos recebido queixas semelhantes de outras firmas, procedemos a uma investigação na n/fábrica.

Descobrimos assim que em Fevereiro do ano corrente nos foi fornecida matéria-prima em más condições. Como resultado, cerca de cinco dúzias de máquinas apresentam qualidade deficiente.

Demos já ordem para que a máquina do referido modelo, dos números 3010 a 3070, sejam devolvias até ao fim do corrente mês, a fim de serem substituídas gratuitamente. Por isso ficaríamos muito gratos se informassem os v/retalhistas acerca da nossa decisão.

Com a mais elevada estima e consideração.

Atentamente,

João Imprudente
Gerente

http://bomportuguesluanda.blogspot.com/p/blog-page_25.html

2. A Circular

A circular é um meio de correspondência dirigido, ao mesmo tempo, a várias pessoas, entidades ou instituições. É, portanto, correspondência multidirecional. De acordo com a forma ou meio de correspondência da mensagem escrita, diz-se carta-circular, ofício-circular, memorando-circular ou manifesto-circular.

Na circular, não se coloca nenhum destinatário específico, que surge apenas no endereçamento (muitas vezes só no envelope).

https://www.infopedia.pt/$circular

A Circular é redigida em linguagem formal e tem uma estrutura própria. Uma das suas principais características é a objetividade na escrita.

Em termos técnicos, as circulares são numeradas.

2.1 Estrutura da Circular

A circular deve obedecer a seguinte estrutura:

- Cabeçalho - identificação do órgão que a emite
- Local e data
- Número da circular: número sequencial, separado por barra do ano da sua emissão
- Mensagem: comunicação formal, feita de forma sucinta e de fácil compreensão
- Despedida: feita de forma simples
- Identificação e assinatura de quem emitiu o documento

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

Sintra ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL Desde 1943

CIRCULAR INFORMATIVA

Nº 7/2017
28/08/2017

SIMPLEX + 2016 – ELIMINAÇÃO DE OBRIGAÇÕES DE INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR

No âmbito do Programa Simplex + 2016, o Governo decidiu não só eliminar algumas obrigações de afixação de informação a disponibilizar ao consumidor como também eliminar algumas dessas obrigações.
Com esse fim, foi publicado, no passado dia 23 de Agosto, **o Decreto-Lei 102/2017**, que, simplificando e harmonizando as obrigações de informação ao consumidor que devem estar afixadas nos estabelecimentos comerciais de venda de bens e/ou prestação de serviços, altera vários diplomas legais. Assim,

- **Qualquer fornecedor de bens ou prestador de serviços**

Deixa de estar obrigado a informar os consumidores relativamente às **entidades de Resolução Alternativa de Litígios.** Estas informações deviam ser publicitadas no sítio electrónico na Internet dos fornecedores de bens ou prestadores de serviços, nos contratos de compra e venda ou de prestação de serviços celebrados entre o fornecedor de bens ou prestador de serviços e o consumidor, quando estes assumissem forma escrita, ou noutro suporte duradouro, caso não existisse contrato reduzido a escrito, como por exemplo, um letreiro afixado na parede ou colocado no balcão de venda. Esta informação e a utilização destes meios de publicitação deixa de ser obrigatória a não ser que os fornecedores de bens ou serviços tenham aderido ou estejam obrigados a aderir a uma entidade de RAL.

- **Nos estabelecimentos de restauração e bebidas**

É eliminada a obrigação de afixar, em local destacado, junto à entrada do estabelecimento de restauração ou de bebidas, o tipo e a capacidade máxima do estabelecimento. É igualmente eliminada a obrigação de afixar, e local bem visível do estabelecimento, informação esclarecendo os utentes que os produtos alimentares não embalados, uma vez escolhidos e entregues, se consideram comprados, não sendo permitidas trocas ou devoluções.

Associação Empresarial de Sintra
Rua Capitão Mário Pimentel, 17B • 2710-589 Sintra
Tel: 219 106 283 • Fax: 219 106 284
E-mail: geral@aesintra.com
www.aesintra.com

https://issuu.com/associacaoempresarialdesintra/docs/07_2017.simplex_2016.elimina___o_d

3. Memorando

O **Memorando ou Comunicação Interna** representa um tipo de texto informativo veiculado nos meios profissionais (empresas, órgãos públicos, etc.).

É um documento mais simples que a Circular, por ser uma comunicação breve; é uma nota destinada a lembrar qualquer coisa; um apontamento. São notas e comunicações ligeiras, realizadas entre departamentos.
Diplomaticamente, é uma nota que uma nação envia a outra sobre o estado de determinada questão.

Os memorandos são textos breves que apresentam uma linguagem formal, objetiva, direta, clara e coesa. Observe que os memorandos podem ser enviados também por correio eletrónico.

*O **memorando** é uma comunicação escrita de consumo interno, somente para funcionários e operários. Não é tão formal como uma carta comercial ou ofício, desta forma dispensa algumas formalidades, todavia não admite informalidades.*

https://www.dicionarioinformal.com.br/

3.1 Estrutura do Memorando

- **Número**: Os memorandos costumam apresentar numeração. Além disso, são produzidos em papel com o timbre da empresa.
- **Vocativo**: indica-se o nome do setor para o qual será enviada a mensagem (destinatário) e a baixo, o setor que o emitiu (remetente).
- **Local e Data**: apresentam a data e o local em que foi produzido o memorando.
- **Assunto**: parte importante do memorando, onde vem destacado o tema que será abordado.
- **Corpo de Texto**: o conteúdo da mensagem que será enviada.
- **Despedida**: expressões formais de despedida: atenciosamente, cumprimentos, grato pela compreensão.

- **Assinatura**: o remetente assina no final do memorando. Como é produzido por uma pessoa física, geralmente aparece, por baixo da assinatura, o cargo do emissor.

Timbre da Instituição

(4 CM)

Memorando nº .....

Local, dia de mês de ano

De: Setor emissor

Para: Setor e nome do destinatário

Assunto: **********

Pronome de tratamento e cargo do destinatário

(2 CM)

Corpo do texto

(margens de 3 cm à esqueda e 2 cm à direita)

Despedida

Assinatura

https://www.significados.com.br/memorando/

4. A Declaração

A **declaração** é um tipo de um texto de valor documental que comprova ou declara algo, sendo utilizado por diversas instituições, órgãos, escolas, universidades, empresas, entre outros.

Declaração é o ato ou efeito de declarar(-se), de revelar(-se) ou manifestar(-se) de modo claro e terminante exposição oficial, feita por escrito e dirigida a entidade competente, pela qual se anuncia determinado facto, situação, etc.

https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/declara%C3%A7%C3%A3o

Recorde-se que o verbo "declarar" indica uma exposição, um pronunciamento, manifestação e esclarecimento de algo.

Declaração Oral

Quanto à forma de produção de uma declaração e a finalidade em que consiste, a declaração pode ser também uma manifestação oral, por exemplo uma declaração de amor, a declaração do presidente…

4.1 Características da Declaração

- Exige uma redação técnica e linguagem formal
- É um documento comprovativo de algo
- Atesta a veracidade dos factos
- Tem um estilo padronizado, com fórmulas
- É redigido em primeira ou terceira pessoa

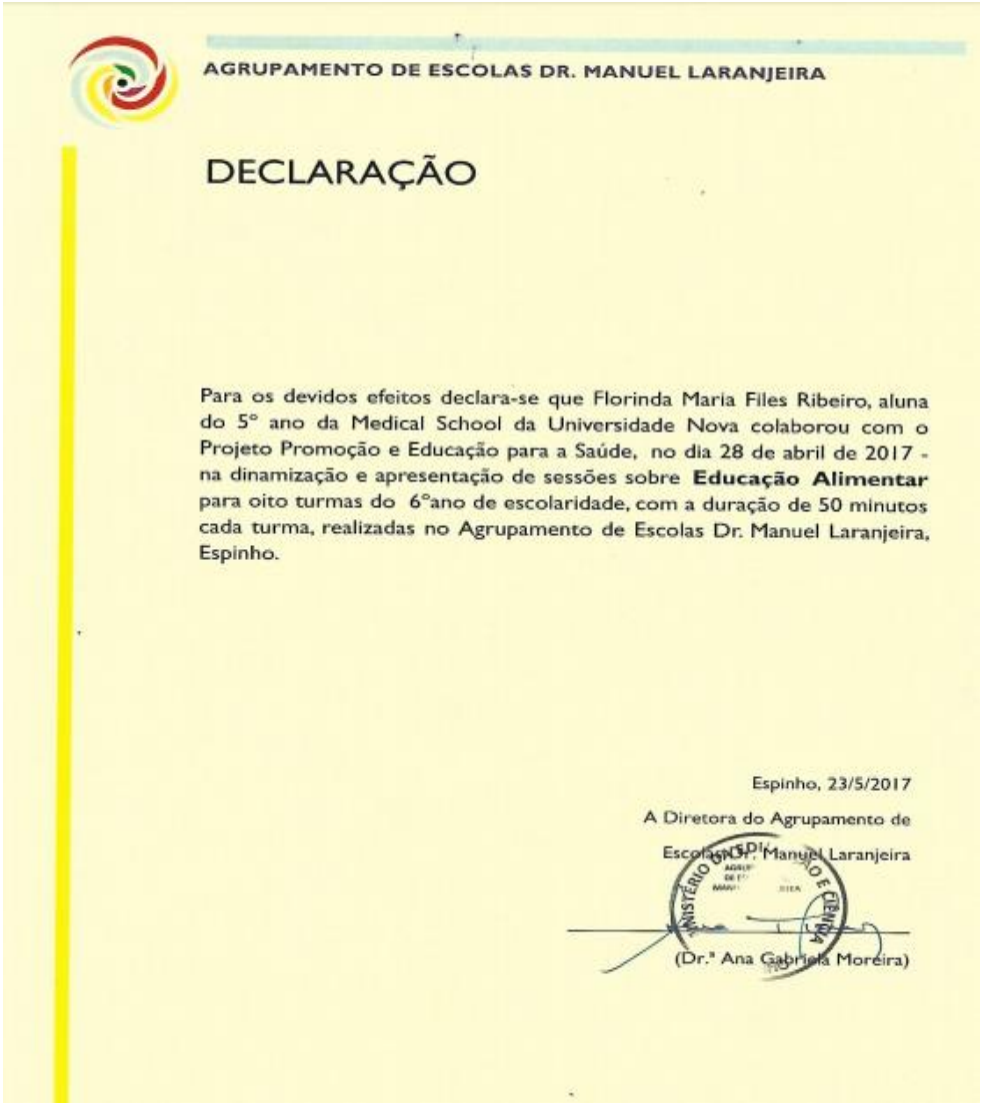
4.2 Estrutura

Tendo em vista o objetivo e finalidade que se pretende, a declaração segue um modelo básico de estrutura, e muitas vezes é redigida em papel timbrado:

- **Título**: é centralizado acima e indica o tipo de texto: Declaração. No entanto, pode vir

acompanhado do tema, por exemplo Declaração de Presença.

- **Corpo do texto**: expõe o assunto da declaração. Pode ser escrita em primeira ou terceira pessoa.
- **Local e Data**: depois do corpo do texto, é obrigatório indicar o local e a data em que o documento foi redigido. Note que, sem a data, o documento torna-se inválido.
- **Assinatura**: o remetente ou responsável assina a declaração por baixo da data e local e, se necessário, inclui o cargo exercido e o carimbo da instituição à qual pertence. Essa é a parte essencial que confere veracidade à declaração.



AGRUPAMENTO DE ESCOLAS DR. MANUEL LARANJEIRA

DECLARAÇÃO

Para os devidos efeitos declara-se que Florinda Maria Files Ribeiro, aluna do 5º ano da Medical School da Universidade Nova colaborou com o Projeto Promoção e Educação para a Saúde, no dia 28 de abril de 2017 - na dinamização e apresentação de sessões sobre **Educação Alimentar** para oito turmas do 6ºano de escolaridade, com a duração de 50 minutos cada turma, realizadas no Agrupamento de Escolas Dr. Manuel Laranjeira, Espinho.

Espinho, 23/5/2017

A Diretora do Agrupamento de Escolas Dr. Manuel Laranjeira

(Dr.ª Ana Gabriela Moreira)

https://run.unl.pt/bitstream/10362/43834/1/_Florinda%20Ribeiro_Prof.%20Dr%20Lu%C3%ADs%20Pisco.pdf

5. Requerimento

E o ato ou efeito de requerer; é uma petição por escrito, segundo certas fórmulas legais.
https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/requerimento

O requerimento é uma petição dirigida a uma entidade oficial, organismo ou instituição através da qual se solicita a satisfação de uma necessidade ou interesse. Como o requerimento é sempre dirigido ao responsável por um determinado setor ou serviço, deve utilizar-se um tratamento solene e adequado à entidade a quem nos dirigimos e um registo de língua cuidado. Por outro lado, a apresentação da situação deverá ser feita com clareza, para possibilitar uma fácil compreensão, podendo apoiar-se na legislação em vigor.

Muitas são as situações do quotidiano em que os indivíduos são confrontados com a necessidade de requerer determinados serviços ou benefícios: anulação de matrícula, mudança de turma, consulta e reapreciação de prova, etc. (em contexto escolar) e pedido de autorizações ou benefícios diversos (na globalidade da vida do cidadão).

5.1 Características do registo linguístico

- uso de registo formal;
- utilização de uma linguagem objetiva (identificação, morada, bilhete deidentidade, etc.);
- recurso a palavras ou expressões específicas (requerente, deferimento, requerer, solicitar, conceder, dignar-se, sito, respeitosamente, etc.);
- emprego da terceira pessoa do singular ou do plural.

5.2 Estrutura

Apresenta uma estrutura semelhante à Declaração

- **Título**: é centralizado acima e indica o tipo de texto: Requerimento.
- **Vocativo**: nome da Instituição ou o órgão a quem o requerimento se destina.
- **Identificação do Requerente**: nome, números dos documentos de identificação (C. C., NIF…), residência (por vezes exige-se também a nacionalidade e o estado civil).
- **Corpo do Texto**: Vem no seguimento da identificação e é um texto direto, onde se expõe, de forma breve, o pedido.
- **Expressão de Encerramento**: um pedido aguarda uma resposta. Assim, deve constar a fórmula "Pede deferimento" / "Aguarda deferimento. Por baixo deve aparecer a assinatura do requerente.
- **Local e Data**: No final é fundamental registar o local e a data do requerimento.

Requerimento Deferido e Indeferido

São expressões comuns no contexto do requerimento. Quando é deferido, significa que ele foi aprovado; por outro lado, se é indeferido, é porque o que foi solicitado não foi aprovado.

5.3 Algumas siglas utilizadas nos requerimentos

- "P. e A. D." (Pede a aguardar deferimento);
- "E. D." (Espera deferimento);
- "A. D." (Aguarda deferimento).

REQUERIMENTO

EXMº. SENHOR
PRESIDENTE DA
CÂMARA MUNICIPAL DE
ANSIÃO

(Identificação do requerente)

_____, (nome) portador do C. C. nº _____, válido até _____, com o NIF nº _____, residente em _____ _____, concelho de _____, vem requerer a V. Exª. que se digne _____ _____ _____.

Pede deferimento

O requerente _____

Ansião, 22 de Maio de 2016

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL
POCH
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

6. Ata

"Registo escrito dos factos ocorridos e das decisões tomadas em reunião, congresso, etc."

https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/ata

A **ata** é um tipo de texto muito utilizado em assembleias, reuniões, encontros, conferências, entre outros. As atas são produzidas com o intuito principal de registar toda a informação, acontecimentos e deliberações de uma reunião. É um documento comprovativo, em registo formal, que reproduz resumidamente e com fidelidade, todas as discussões, deliberações e resoluções de um encontro de pessoas.

Trata-se de um texto de cunho oficial, muito utilizado por diversos órgãos institucionais.

6.1 Características da ata

- Apresenta uma redação técnica e uma linguagem formal
- É um texto de valor jurídico.

6.2 Estrutura

Geralmente, as atas de reuniões possuem um livro próprio, com páginas numeradas, onde são registadas as sucessivas atas.

- **Título**: Ata nº… seguido do nome da reunião ou da Instituição, por exemplo do congresso que está sendo realizado
- **Data, Hora e Local**: O texto da ata inicia com a data, a hora e o lugar em que o encontro ocorreu, escritos por extenso.
- **Participantes**: regista-se o nº de participantes e os principais envolvidos na reunião, ou debate, ou congresso…
- **Ordem de Trabalhos:** Deve ser indicada a ordem de trabalhos para aquela reunião, constantes na convocatória elaborada previamente.

- **Discussão**: É o corpo do texto, onde são relatados os temas que foram abordados durante o encontro, questões levantadas por cada envolvido, etc.
- **Conclusão**: Parte final do texto, onde se registam as soluções, recomendações e resoluções.

6.3 Ressalvas

Já que se trata de um texto formal, a ata não admite rasuras e, por isso, quando a ata é redigida manualmente, no final do texto é indicado, se necessário, algum esclarecimento sobre uma retificação que deverá ser feita no texto. Por exemplo: "em tempo, no segundo parágrafo, na segunda linha, onde se lê concelho, deve ler-se conselho".

- **Assinatura**: depois de lida, a ata é assinada pela autoridade máxima da Instituição e, em algumas situações, por todos os presentes.

Curiosidade

Da mesma forma que a data, a hora e o local são escritos por extenso, as atas não admitem abreviaturas e tudo deve ser escrito por extenso para evitar confusões ou situações dúbias.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

7. Relatório

"*exposição oral ou escrita, objetiva e minuciosa, de um assunto; narração escrita e circunstanciada dos factos ocorridos na administração de uma sociedade, ou dos dados colhidos numa inspeção*"

https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/relat%C3%B3rio

O **Relatório** é um tipo de texto que, como o próprio nome indica, **relata algo**. Escrito ou oral, ele apresenta um conjunto de informações pormenorizadas sobre determinado tema. Trata-se de um texto expositivo de caráter narrativo e descritivo, no entanto, alguns relatórios podem ser críticos, com presença de argumentação e considerações pessoais.

Como exemplo de relatório, poderá ser a participação num evento, uma visita, uma atividade em sala e em grupo, uma experiência, detalhes de uma pesquisa, uma apreciação sobre um livro, um filme, etc.

A linguagem presente nos relatórios é **formal** e cuidada, com a utilização da norma culta.

7.1 Tipos de Relatório

De acordo com sua **finalidade**, os relatórios são classificados em diversos tipos:

- **Relatório Escolar**: texto escolar em que o aluno pode relatar um evento ou uma atividade proposta pelo professor.
- **Relatório Científico**: texto académico, produzido após uma pesquisa ou um estágio, relatório de fim de curso…
- **Relatório Administrativo**: registo textual que a empresa realiza diaria ou mensalmente. É produzido pelos empregados do setor administrativo, por exemplo, os relatórios de contas.

Além disso, eles podem ser classificados em função do seu **teor**:

- **Relatório Crítico**: quando surgem opiniões ou apreciações do autor no corpo do texto.

- **Relatório de Síntese**: relatórios mais simples que apresentam um resumo sobre determinada atividade.

- **Relatório de Formação**: quando se desenvolve um projeto ou pesquisa, são redigidos relatórios conforme o desenvolvimento da pesquisa.

7.2 Estrutura Textual:

Dependendo do tipo de relatório, eles seguem um padrão estrutural definido.

- **Capa**: também designada "folha de rosto", onde consta o título do trabalho, nome do aluno ou do grupo, do professor, do funcionário, da secção, da instituição e a data.
- **Índice**: quando se trata de trabalhos mais longos e desenvolvidos em várias etapas, antes de iniciar o texto surge o índice (ou sumário), com o nome de cada subtítulo e ainda o número das páginas onde está localizada cada informação.
- **Título**: na página seguinte, e antes de começar a escrever o relatório, deve ser apresentado o título do trabalho, que foi indicado na capa. Cada capítulo deve apresentar um título
- **Introdução**: informações sobre a descrição do trabalho e dos métodos utilizados, em que local foi desenvolvido, quais objetivos, em que circunstâncias foi desenvolvido, entre outros.
- **Desenvolvimento**: a parte mais longa do texto, onde são relatadas todas as etapas do trabalho, apontando dados sobre a pesquisa, gráficos, tabelas, figuras, fotos, entre outros.
- **Conclusão**: pequeno resumo do que foi descrito anteriormente. As ideias fundamentais expostas em todo o trabalho devem ser concluídas, por exemplo os resultados obtidos e os resultados esperados. E, se for um relatório de caráter crítico, pode acrescentar algumas observações pessoais referentes ao desenvolvimento do trabalho. Podem ser apontadas soluções, sugestões e problemas que surgiram no desenvolvimento do trabalho.

- **Bibliografia**: inclui-se todo o conteúdo teórico utilizado para o desenvolvimento do trabalho, seja a bibliografia ou webgrafia.

8. O Jornal Mural e a caixa de sugestões

O jornal mural é um jornal de parede. É um dos meios de comunicação mais antigos usados pelas empresas. O jornal mural constitui uma das formas mais rápidas e eficientes de comunicação com os funcionários. É uma comunicação dirigida, para o público interno, que veicula informações do interesse dos trabalhadores e colaboradores da empresa.

8.1 As suas finalidades:

- É um instrumento de comunicação rápido e imediato
- Tem informações veiculadas diariamente e transmite notícias sempre que acontecem
- divulga notícias sociais, eventos desportivos da organização, incentivando as relações sociais e o lazer;

8.2 A eficácia do jornal mural:

- Depende do local estratégico para sua colocação, um ambiente onde haja bastante circulação de trabalhadores e defácil acesso para sua exposição e leitura.
- O texto escrito para o jornal deve conter fontes grandes, favorecendo a leitura, chamadas que estimulem a curiosidade dos trabalhadores, um *layout* atrativo e textos curtos, pois não há muito tempo para grandes leituras. E é extremamente importante mantê-lo atualizado e com uma periodicidade fixa.

8.3 A caixa de sugestões:

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

É um instrumento que incentiva a criatividade dos trabalhadores e, também, o interesse em participar do dia-a-dia da empresa, com sugestões sobre aspetos específicos da Gestão. Por meio da caixa de sugestões, os trabalhadores podem opinar, oferecer soluções para problemas detetados e sugerir a implementação de novos serviços ou procedimentos.

Há autores que sugerem algumas soluções para incentivar os trabalhadores a participarem nesse canal de comunicação empresarial. Como estratégias, poderá ser, por exemplo, fixar um prémio em dinheiro para sugestões úteis e aproveitadas; patentear a sugestão oferecida; proporcionar bolsas de estudos ou estágios no exterior, entre outros.

9. Correio eletrónico

"sistema de transmissão de mensagens escritas de um computador para outro computador, via internet ou através de outras redes de computadores"

https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/e-mail?express=correio+eletr%C3%B3nico

O E-mail ou correio eletrónico é um tipo textual epistolar do meio eletrónico muito explorado na atualidade e que tem vindo a substituir, em muitas situações a carta comercial tradicional.

O termo inglês "e-mail" corresponde à abreviatura de "*eletronic mail*".

9.1 Características do correio eletrónico

O e-mail substitui, em parte, as tradicionais cartas, enviadas pelos correios. No entanto, torna-se indiscutível a importância do **correio eletrónico** como suporte e veículo de comunicação moderno. É um modo assíncrono de comunicação que permite compor, enviar e receber mensagens eletrónicas com ou sem ficheiros em anexo.

Para que seja enviado, há empresas destinadas a esses serviços, como por exemplo, o Outlook, hotmail, gmail, entre outros.

9.2 Estrutura do endereço eletrónico

- É definida por **nome@servidor.com.pt.** O termo "com" indica a palavra comercial e o "pt" refere-se à sigla do país, Portugal. O símbolo @ (arroba) é essencial para que um endereço eletrónico seja identificado pelo sistema computacional.
- Antes do espaço destinado à mensagem, aparece o destinatário "Para" ("to" em inglês), que pode ser para uma ou para várias pessoas.

- O campo To: é aquele onde devem ser inseridos os endereços dos destinatários da mensagem. Um endereço de correio electrónico tem o seguinte aspeto: nomeDeUtilizador@servidor. Este campo pode receber mais do que um endereço, desde que separado por vírgulas. Exemplo: destinatarioUm@portugalmail.pt, destinatarioDois@portugalmail.pt

- O campo CC – Com Conhecimento ou, em inglês, Carbon Copy – serve para indicar destinatários que devem receber uma cópia da mensagem. Funcionalmente é equivalente ao campo To:, mas dá conhecimento ao destinatário da mensagem que esta foi enviada a outrem.

- O campo BCC – do inglês Blind Carbon Copy – permite enviar uma cópia da mensagem a destinatários não mencionados nos campos To: e Cc: mas sem que nada na mensagem registe o envio da cópia. É uma variante escondida do campo CC.

- Na linha abaixo, surge o assunto ("subject" em inglês) da mensagem.

- Para que ele seja enviado há uma caixa abaixo com a palavra "enviar" (ou "send" em inglês).

- De maneira automática, a data e hora são enviadas com a mensagem. Assim, o

utilizador não precisa preencher esses campos ou mesmo indicar acima, como ocorre nas cartas.

- Tudo fica gravado no sistema e ainda separados por pastas. O próprio utilizador pode criar pastas e organizar as informações da maneira que preferir.
- Embora seja bastante usado no âmbito pessoal, o correio eletrónico é utilizado largamente por empresas, instituições, associações, entre outros.
- Dependendo da proximidade entre o emissor (remetente) e o recetor (destinatário), a linguagem utilizada pode ser formal ou informal.
- Geralmente, o correio eletrónico é um texto curto e objetivo e além de seguir uma estrutura parecida com a carta, pode ser comparado com os bilhetes.
- A sua estrutura assemelha-se à das cartas.

- **Curiosidade:**

No correio eletrónico o **Spam** é uma pasta que armazena geralmente as mensagens publicitárias recebidas. O termo é uma sigla que pode significar "enviar e postar publicidade em massa" (em inglês "*Sending and Posting Advertisement in Mass*") ou "mensagens irritantes, inúteis e estúpidas" (em inglês "*Stupid Pointless Annoying Messages*").

Alguns deles, são mensagens disfarçadas que contém vírus ou conteúdo indesejado.

Regras para uma melhor utilização do correio eletrónico profissional

O que não deve ser feito ou deve ser evitado:

O que NÃO deve ser feito	Justificação
Criar um endereço eletrónico com termos pouco profissionais ou desadequados (cenas.luis@... / Xaninha.lindona@... / pirata@... / Kiducha@... / bipes.gil@...)	Ono mundo empresarial e nas organizações, deve-se manter, em todas as situações e registo formal.
Enviar mensagens não-profissionais.	Mensagens não-profissionais enchem as caixas de entrada, fazendo com que os destinatários levem muito tempo para distinguir o que é profissional e o que é pessoal. Também pode parecer que não é um profissional sério, mas alguém que "brinca" no trabalho.
Colocar *smiles* ou *emoticons*.	O e-mail corporativo é para atividades profissionais que exigem um grau de formalidade maior do que nas relações familiares.
Usar abreviaturas.	As abreviaturas devem ser deixadas para os e-mails pessoais, primeiro para manter o grau de formalidade profissional, depois para não correr o risco de não ser compreendido e não conseguir obter a resposta desejada.
Usar "querido" e mandar beijos na despedida.	Novamente, deve-se considerar o contexto profissional de produção do texto, com um registo formal.
Responder a mensagens movido por emoções.	Quando estiver nervoso ou alterado, evite responder aos e-mails, mas se a resposta for muito urgente, preste o dobro de atenção ao seu texto e, se possível, peça uma leitura crítica de algum amigo.
Usar ironias.	O texto profissional deve ser claro, objetivo e conciso; as ironias podem não ser compreendidas e o emissor não conseguirá atingir os seus objetivos.
Tratar de temas comprometedores.	Cuidado com o que escreve para que não comprometa a sua imagem, pois, normalmente, os e-mails são partilhados.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

O que se deve fazer:

O que se deve fazer	Justificativa
Preencher o campo **assunto**.	Diante de muitos e-mails recebidos todos os dias, a identificação do assunto facilita a organização da leitura.
Colocar sempre o nome do destinatário e uma saudação (prezado, caro).	Todos gostamos de ser reconhecidos e respeitados. Usar o nosso nome acompanhado de expressões como "prezado" e "caro" demonstram deferência. Se não souber o nome use o pronome de tratamento Senhor (a) (Sr./ Srª)
Usar a mesma linguagem que uma carta comercial.	Prefira sempre usar a linguagem padrão, que pode ser compreendida por todos.
Ter começo, meio e fim.	É importante ter um texto organizado. Comece com um cumprimento, apresente as suas solicitações ou argumentos, agradeça e estabeleça um canal de contacto posterior.
Usar parágrafos pequenos e frases curtas e claras.	Todos nós recebemos muitas mensagens todos os dias. A concisão e clareza facilitam a leitura e agilizam a resposta do destinatário.
Dizer o objetivo da mensagem e agradecer para cativar.	Se o e-mail for o primeiro no estabelecimento de um contacto, deve-se deixar bem claro quais são os seus objetivos. Se o e-mail for uma resposta, devemos agradecer à resposta enviada, assim conquistamos o leitor e ele, provavelmente, responder-nos-á sempre com rapidez.
Prestar atenção à gramática, ortografia e pontuação.	Nunca confie no corretor automático, nem sempre ele pode ajudar. Ele não reconhece, por exemplo, a diferença entre sábia, sabia e sabiá.
Incluir um fecho apropriado.	Use "Atenciosamente", "Muito obrigado".

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

(GUARANHA, pág 45/46)

Texto Complementar:

O e-mail nas organizações vem ganhando espaço a cada dia, e em algumas situações tem até substituído algumas cartas, ofícios e outras comunicações internas, por sua praticidade, velocidade de envio da informação e informalidade.

Mas como escrever um bom e-mail? Eis a questão que quero abordar aqui.

Em primeiro lugar, temos que sempre lembrar de alguns pontos:

1. Para quem você está enviando esse e-mail? Para o seu supervisor, chefe, colega de trabalho, fornecedor etc.?
Lembre-se de que a linguagem escrita é fria, não há as expressões faciais, sorrisos, tom de voz, portanto cada palavra deve ser escolhida a dedo para não gerar um mal-entendido ou transmitir grosseria.
Nesse caso, se for para uma pessoa apenas, é educado citar o nome da pessoa a quem se endereça e o cumprimento.

Ex.:

Sr. Luiz,
Bom dia!
Isso faz com que a pessoa que lê sinta a pessoalidade da mensagem e transmite uma certa simpatia.

Quando não sabemos a patente da pessoa, na dúvida, mantenha sempre o Sr. ou Sra. antes do nome, e claro se sabemos a patente colocamo-la corretamente.

Ex.:

Dr. Luiz,
Boa tarde!

2. Em caso de e-mail enviado para diversas pessoas, o ideal é generalizar e não citar o nome de todos.

Ex.:

Prezados Colaboradores,

Bom dia!

3. Outra observação a se fazer é com o conteúdo do e-mail, o que escrever e como escrever para não perder a formalidade com o colega de trabalho e, claro, fazer com que ele entenda o que se escreve.

Para isso, deve-se evitar as abreviações muito usadas na internet, como: vc, tb, pq, e também evitar palavras com grafia "inventada" no mundo virtual como: naum, aki e outros. Para isso, atente-se às regras de regência verbal, nominal, concordâncias, regra de acentuação gráfica e à grafia correta das palavras.

4. Evite escrever com letras em CAIXA ALTA, porque dá a impressão ao leitor de que VOCÊ ESTÁ GRITANDO! Sentiram a diferença? Use esse recurso para escrever siglas. Ex.: IBGE, IBAMA etc.

5. Ao escolher o assunto do e-mail, dê referências para que realmente o leitor entenda o contexto do e-mail, evite: URGENTE! IMPORTANTE! Se você tiver alguma referência que identifique todos os seus e-mails, é importante manter sempre no título. Ex.: CT 2222 – Xxxxxxx. Com essa atitude simples fica fácil o leitor encontrar seus e-mails que foram arquivados, pelo assunto.

6. Ao despedir-se lembre-se de uma regra simples e eficaz: se o e-mail é para alguém com cargo superior ao seu, use o "Respeitosamente", se não for para alguém superior a você use o "Atenciosamente". Essa regra inclusive é praticada pela Reda- ção Oficial.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA SOLIDARIEDADE, EMPREGO E SEGURANÇA SOCIAL | POCH | PORTUGAL 2020 | UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

7. Colocar uma assinatura sua, com seu nome, telefone e o nome da empresa, é imprescindível.

[...]

in STCHESKY, 2010, citando Nunes, 2009

Webgrafia:

GUARANHA, Manuel Francisco, Comunicação empresarial, Santo André, Fatec, S/data

https://manoelguaranha.files.wordpress.com/2016/02/comunicac3a7c3a3o-empresarial-fatec-santo-andrc3a9.pdf

STACHESKI, Denise Regina, *Comunicação Empresarial e Correspondência*, Curitiba, IESDE, 2010
https://docplayer.com.br/68340660-Comunicacao-empresarial-e-correspondencia-denise-regina-stacheski.html

VAZ, Michele R., Comunicação Empresarial – Parte I, 2014
https://pt.slideshare.net/mrufatto/comunicao-empresarial-apostla-parte-1

https://www.todamateria.com.br/genero-textual-ata/

http://ajuda.portugalmail.pt/qual-o-significado-dos-campos-to-cc-e-bcc/

https://www.infopedia.pt/