

MANUAL DE REDAÇÃO

Federação Nacional de Associações Atléticas Banco do Brasil





Manual de Redação

Federação Nacional de Associações Atléticas Banco do Brasil

Presidente:

Rene Nunes dos Santos

Vice-Presidentes:

Gustavo Boeira da Silva

Jezreel Agra Cordeiro

Pedro Carvalho Martins

Pedro Paulo Campos Magno

FICHA TÉCNICA

Idealização: FENABB

Assessoria técnica: NUCOM - Núcleo de Comunicação

Elaboração: Artur Roberto Roman

Revisão: Ângela Roman



Manual de Redação da FENABB

APRESENTAÇÃO

INTRODUÇÃO

1 - O QUE DEVE SER DEFINIDO ANTES DE SE ESCREVER UM TEXTO

2 - CARACTERÍSTICAS DE UM TEXTO BEM ESCRITO: OBJETIVIDADE, CLAREZA E CONCISÃO

2.1 - OBJETIVIDADE

2.2 - CLAREZA

2.2.1 - Parágrafos

2.2.2 - Tópicos

2.2.3 - Vocabulário

2.3 - CONCISÃO

2.3.1 - Estilo – formal ou coloquial

3 - ALGUMAS REGRAS GRAMATICAIS

3.1 - PONTUAÇÃO

3.1.1 - Uso do ponto

3.1.2 - Uso da vírgula

3.2 - CONCORDÂNCIA VERBAL

3.3 - USO DA CRASE

4 - MÍDIAS SOCIAIS

5 - MURAL FÍSICO

5.1 - TAMANHO DO TEXTO

5.2 - PADRONIZAÇÃO GRÁFICA

5.3 - PERIODICIDADE

6 - CORRESPONDÊNCIAS – E-MAILS E CARTAS



6.1 - PADRONIZAÇÃO GRÁFICA

6.2 - "ASSUNTO" NO E-MAIL OU EPÍGRAFE NA CARTA

6.3 - ENCADEAMENTO DE MENSAGENS NOS E-MAILS

6.4 - REFERÊNCIA NAS CARTAS

6.5 - TRATAMENTO

6.5.1 - Tratamento inclusivo – feminino e masculino

6.5.2 - Concordância com os pronomes de tratamento

6.6 - ORGANIZAÇÃO DO CONTEÚDO

6.6.1 - Chavões

6.6.2 - Chavões iniciais

6.6.3 - Advérbios e adjetivos dispensáveis

6.6.4 - Parágrafo de encerramento das mensagens

6.6.5 - Fecho

6.6.6 - Assinatura

6.6.7 - Anexos

6.7 - OFÍCIO

7 - MANUAIS E INSTRUÇÕES

8 - PADRONIZAÇÃO ESTÉTICA E GRÁFICA

8.1 - LAYOUT

8.1.1 - Negrito, caixa alta, sublinhado: utilize com parcimônia!

8.2 - PADRONIZAÇÕES DIVERSAS

8.2.1 - Datas

8.2.2 - Horas

8.2.3 - Numerais

8.2.4 - Valores em dinheiro

8.2.5 - Abreviaturas de unidades de medida

8.2.6 - Siglas

8.2.7 - Logomarcas

8.2.8 - Palavras de outras línguas ou estrangeirismos

8.2.9 - Nomes de cargos

Modelo de carta impressa

Por que um Manual de Redação da FENABB?

O objetivo deste Manual é **estabelecer um padrão para a comunicação institucional escrita da FENABB** e, assim, criar uma identidade redacional e visual para as mensagens produzidas pela Federação. Para isso, este Manual apresenta orientações redacionais e formatos gráficos que deverão ser seguidos na elaboração de textos escritos em nome da FENABB.

O Manual é dirigido aos redatores institucionais da FENABB, ou seja, a todos os funcionários que escrevem em nome da Instituição. Queremos também que o Manual seja instrumento de orientação sobre aspectos básicos de uma boa redação para as AABBs, CESABBs e Conselheiros Microrregionais.

Este Manual estará em constante atualização e será alterado quando for pertinente para melhor atender a seus objetivos. As sugestões de aprimoramento serão bem-vindas e deverão ser encaminhadas à fenabb@fenabb.org.br.

Rene Nunes dos Santos

FENABB - Presidente





Introdução

As tecnologias de informação e comunicação (TICs) ampliaram de forma admirável as possibilidades de produção e compartilhamento de textos escritos. O leitor médio, destinatário das mensagens que produzimos hoje nas organizações, tem muitos textos para ler.

A dinâmica do trabalho nas organizações contemporâneas agrega outros itens ao perfil desse leitor médio: é uma pessoa que tem pouco tempo para ler, atenção dispersa e dificuldade de concentração, razões pelas quais, faz leituras fragmentadas e pouco atentas.

O conteúdo deste Manual foi elaborado para orientar os redatores institucionais a produzirem textos para esse perfil de leitor, ou seja, textos objetivos, claros e concisos. Não bastam, porém, essas qualidades. Os textos institucionais devem ser bem escritos e estéticos. Isso porque um texto, ainda que seja entendido, quando produzido de forma descuidada, confusa e com erros gramaticais, passa uma imagem ruim do redator e da instituição que esse redator representa. Por sua vez, um texto redigido com correção, objetividade, clareza, elegância e concisão passa uma imagem favorável do redator e, principalmente, da organização.

As definições e padronizações aqui estabelecidas estão em conformidade com a Gramática Normativa da Língua Portuguesa, com a ABNT e com o Manual de Identidade Visual da FENABB. Seu conteúdo tem inspiração em consagrados manuais de redação, como o da Presidência da República, do Estadão e da Folha de São Paulo, entre outros. Sua elaboração contou com a experiência de mais de 30 anos de seu autor com orientação redacional em empresas.

Artur Roberto Roman

Consultor em Comunicação

Graduado em Letras, Mestre em Linguística, Doutor em Comunicação

1 O QUE DEVE SER DEFINIDO ANTES DE SE ESCREVER UM TEXTO

Antes de escrever um texto institucional, é necessário definir as seguintes questões:

Tema/assunto – o que vou escrever?

Razão/motivo – por quê?

Público-alvo – para quem? Quantidade de leitores, escolaridade, idade, etc.

Gênero textual – como? Matéria jornalística, correspondência, informativo, orientação, etc.

Veículo – onde? O texto será impresso ou será publicado na internet, no Facebook, no mural, no site, enviado por e-mail, por carta...

Após ter as respostas dessas questões, algumas das quais dependem da política editorial estabelecida pela FENABB, aplique as orientações dadas neste Manual com relação à forma e à linguagem mais adequadas para o texto que será redigido.

2 CARACTERÍSTICAS DE UM TEXTO BEM ESCRITO: OBJETIVIDADE, CLAREZA E CONCISÃO

Objetividade, clareza e concisão são qualidades buscadas pelos redatores desde quando se escrevia apenas à mão. Os critérios do que é um texto objetivo, claro e conciso, porém, mudam com o tempo. Por conta, especialmente, da ampliação das redes sociais informatizadas, muitos textos que eram considerados objetivos, claros e concisos no passado, provavelmente nem seriam lidos hoje, pois nossas demandas como leitores mudaram.

Objetividade, clareza e concisão se sobrepõem e se complementam em um texto. Um texto claro e conciso resulta em objetividade. Um texto objetivo, por sua vez, terá mais clareza para o leitor. Nos textos publicados nas redes sociais, a concisão é um componente fundamental para a objetividade do texto e até mesmo uma condição para que seja lido. Nós vamos mostrar cada uma dessas características separadamente para efeito didático.

2.1 OBJETIVIDADE

Ser objetivo é ter foco, é ir direto no ponto que interessa para o leitor.

Se falta informação em um texto, falta objetividade, pois o leitor terá dificuldade de chegar no ponto. Nos textos escritos nas organizações, portanto, não existe “excesso de objetividade” pois essa é uma qualidade importante e desejável.

Para sermos objetivos, temos que ter claro qual a demanda de nosso leitor. Se não sabemos, e não podemos perguntar, temos que considerar esse destinatário como leigo no tema tratado e procurar ser bem explicativo. O texto mais didático será entendido por qualquer tipo de

leitor. Explicar bem não significa, porém, ser redundante. A repetição não aumenta o nível de compreensão. Pode tornar o texto prolixo, ou seja, longo e cansativo.

Escreva na ordem direta!

Privilegie a ordem direta em um texto, pois essa forma de organização das ideias e dos termos da oração traz objetividade ao texto, facilitando a leitura e o entendimento por parte do leitor.

Veja como utilizar a ordem direta na:

- Estrutura do texto → objetivo do texto + argumentação + considerações.
- Estrutura do parágrafo → informação mais importante + informação complementar.
- Estrutura do período → oração principal + orações secundárias (subordinadas).
- Estrutura da oração → SVOC (sujeito + verbo + objeto + complementos).

As primeiras linhas de um texto são determinantes para que seu texto seja lido (ou não). Procure começar, sempre, com a oração principal na ordem direta, ou seja, com o sujeito seguido do verbo. Começar um texto com oração subordinada (ou secundária) pode ser desanimador para o leitor. Evite iniciar um texto com orações subordinadas reduzidas de gerúndio: “Tendo em vista..”; “Considerando...”; “Buscando...”; “Atendendo...”.

Não escreva assim:

Com sua política de valorização da rede de clubes e de fortalecimento do Sistema AABB, a FENABB mantém uma série de convênios com empresas parceiras em prol das afiliadas.

Escreva assim, na ordem direta:

A FENABB mantém uma série de convênios com empresas parceiras em prol das afiliadas, cumprindo, assim, sua política de valorização da rede de clubes e de fortalecimento do Sistema AABB.

Voz passiva – Evite utilizar!

Na voz passiva, o sujeito recebe a ação verbal. Na voz ativa, o sujeito pratica e assume a ação verbal, o que deixa a frase mais objetiva e enfática.

Não escreva assim!

Voz passiva: O evento foi oficialmente aberto pelo Presidente da FENABB às 8 horas.



Escreva assim!

Voz ativa: *O Presidente da FENABB abriu oficialmente o evento às 8 horas.*

Não escreva assim!

Com o objetivo de modernizar a comunicação entre a FENABB, educadores e educandos do Programa, foi lançado, no dia 17 de fevereiro, o novo portal do AABB Comunidade. Com design aperfeiçoado, mais simples e contemporâneo, o novo site permite uma navegação fácil e intuitiva, facilitando acesso às notícias e informações.

Parágrafo com dois períodos na ordem indireta. No primeiro parágrafo, foi utilizada a voz passiva: "...foi lançado, no dia 17 de fevereiro, o novo portal do AABB Comunidade."

Escreva assim!

A FENABB lançou, em 17 de fevereiro, o novo portal do AABB Comunidade. O objetivo é modernizar a comunicação entre a FENABB, educadores e educandos do Programa. O novo site, com design aperfeiçoado, mais simples e contemporâneo, permite uma navegação fácil e intuitiva, facilitando acesso às notícias e informações.

Parágrafo com três períodos na ordem direta. No primeiro parágrafo, foi utilizada a voz ativa.

2.2 CLAREZA

A clareza de um texto depende da forma de se construir os parágrafos e do vocabulário utilizado.

CLAREZA

2.2.1 Parágrafos

Um texto é constituído de parágrafos. Parágrafo é um **conjunto de frases que tratam do mesmo tema**, agrupadas em um bloco que inicia com letra maiúscula e termina com um ponto.

Seja no papel, na tela do computador e, especialmente, no celular, o leitor não gosta de parágrafos longos, pois blocos grandes de texto sugerem que o conteúdo é maçante. Construções rebuscadas, na ordem indireta, com períodos longos, muitas orações, muitas intercalações e explicações entre vírgulas confundem o leitor e o afastam do texto. **A regra é esta: escreva parágrafos curtos:** cinco linhas no máximo, com dois períodos no mínimo, de preferência na ordem direta.

Não escreva assim!

Sempre atenta às múltiplas realidades que permeiam as atividades desenvolvidas pelas AABBs, em 2017 a Programação FENABB buscou atender a uma série de reivindicações pleiteadas pela rede de clubes e, como consequência, houve o incremento em alguns programas, tanto esportivos, quanto culturais.

Parágrafo com apenas um período, iniciando com oração secundária.



Escreva assim!

A FENABB está sempre atenta às múltiplas realidades que permeiam as atividades desenvolvidas pelas AABs. Em 2017, a Programação FENABB buscou atender a uma série de reivindicações pleiteadas pela rede de clubes. Como consequência, houve o incremento em vários programas, tanto esportivos, quanto culturais.

Parágrafo com três períodos, iniciando com uma oração principal na ordem direta.

É recomendável que o tamanho dos parágrafos não seja muito diferente um do outro. Um parágrafo de três linhas seguido por um de oito linhas, seguido de outro de quatro linhas não fica bem esteticamente. A leitura fica mais agradável com a harmonia gráfica entre os parágrafos.

CLAREZA

2.2.2 Tópicos

É comum utilizarmos tópicos na apresentação de listas ou relação de conceitos, objetos, procedimentos, orientações, etc. Topicalizar (enumerar, itemizar) ajuda na organização da redação e permite o uso de frases curtas, facilitando a leitura.

Escreva assim, em tópicos:

Dicas para o educador:

- *Favoreça atitudes colaborativas durante o desenvolvimento das atividades.*
- *Incentive ações relacionadas ao cuidado com o ambiente onde foram desenvolvidas as atividades.*
- *Discuta com os educandos, familiares e representantes do clube, possibilidades de plantio de vasos maiores, em suas casas e na AAB.*
- *Levante possibilidades de reutilização de recipientes que iriam para o lixo, como vasos e jardineiras.*

Os chamados bullets points (números, letras ou marcadores), colocados no início de cada tópico, direcionam o olhar do leitor, ajudando na compreensão do texto.

O que utilizar nos tópicos? Letra maiúscula ou minúscula? Ponto ou ponto e vírgula?

Não há na gramática normativa orientação sobre isso. Os usos e costumes redacionais, porém, padronizaram algumas possibilidades:

- Topicalização com frase completa, com sujeito, verbo, objeto: inicial maiúscula, ponto no final.
- Topicalização com apenas uma palavra: inicial maiúscula ou minúscula, ponto e vírgula no final. No penúltimo item, colocamos “e” após o ponto e vírgula.

- Topicalização com várias palavras: inicial maiúscula, ponto e vírgula no final. No penúltimo item, colocamos “e” após o ponto e vírgula.

Em todos os casos, ponto final no último item. É importante padronizar uma forma e utilizar a mesma em um texto, seja qual for a escolhida.

CLAREZA

2.2.3 Vocabulário

Gírias – Não utilize!

A gíria compõe o vocabulário de grupos sociais específicos e pode não ser entendida ou soar deselegante para leitores de um grupo social que não a utiliza.

“Palavras difíceis”, eruditismos – Não utilize!

Não espere que o leitor vá procurar no dicionário o significado de uma palavra para entender uma mensagem. Quando um texto apresenta palavras desconhecidas é bem provável que o leitor abandone a leitura.

Escolha um vocabulário de fácil compreensão, ou seja, palavras utilizadas no cotidiano das pessoas. O leitor pode interpretar o uso de termos empolados como uma tentativa de esconder a realidade.

Termos técnicos e jargões profissionais

Evite utilizá-los quando o destinatário não dominar a área técnica respectiva. Se for necessário utilizar um termo técnico ou algum jargão em texto para leitor não iniciado, explique cada um deles. Se você não sabe se o destinatário é iniciado ou não, explique o termo.

2.3 CONCISÃO

Texto conciso não é texto curto. Há textos longos em que falta informação e textos curtos que são prolixos. Ser conciso não é resumir. **Ser conciso é dizer exatamente e tão somente o que o leitor precisa saber** para compreender uma informação, desencadear uma ação administrativa ou tomar uma decisão. Para sermos concisos, devemos escrever o que o leitor precisa saber e não o que gostaríamos que ele soubesse.

Haverá situações em que teremos que produzir um texto mais longo, por conta da natureza do assunto. E também haverá situações em que uma mensagem não será suficiente para orientar o leitor. Nesse caso, teremos que complementar com outra mensagem, ou mesmo por telefone. Não é possível explicar tudo a todas as pessoas apenas com o texto escrito.

Um texto pode ser mais conciso ou mais prolixo dependendo do estilo redacional que adotamos ao produzi-lo.

CONCISÃO

2.3.1 Estilo – formal ou coloquial

A formalidade ou a coloquialidade de um texto é definida pelo veículo e pelo destinatário do texto. Uma carta para o Presidente do Banco do Brasil, por exemplo, será mais formal que um informativo afixado no mural físico.

O leitor, sua escolaridade e, principalmente, seus interesses, devem ser considerados quando vamos produzir um texto. O mesmo assunto pode ter abordagens distintas dependendo do leitor. Essa adequação do estilo do texto ao leitor é essencial para a eficácia da comunicação.

Em qualquer texto, porém, o excesso de formalismo, deve ser evitado. Entre o estilo excessivamente formal e o coloquial, devemos ficar no meio e utilizar o estilo chamado “texto sem gravata”.

No texto sem gravata, dizemos com objetividade, clareza e concisão o que deve ser dito, sem abrir mão da elegância e da gentileza.

Exemplos em uma correspondência:

Estilo formal:

Solicitamos o especial obséquio dessa gerência de verificar a possibilidade de providenciar, com a brevidade possível...

Estilo coloquial:

Oi cara, resolve esse rolo pra mim?

Texto sem gravata:

Solicitamos, por gentileza, providenciar...

O texto sem gravata se aproxima da chamada “linguagem jornalística”, especialmente com relação à objetividade e simplicidade, e também segue as regras da Gramática Normativa da Língua Portuguesa.

3 ALGUMAS REGRAS GRAMATICAIS

3.1 PONTUAÇÃO

A pontuação é fundamental para organizarmos nossa expressão escrita. Nossas maiores dificuldades, com relação à pontuação, estão no uso do ponto e da vírgula.

3.1.1 Uso do ponto

Use ponto. Faça frases curtas!

A regra para o uso do ponto é esta: sempre que tivermos uma frase com uma ideia completa, ou seja, uma declaração afirmativa ou negativa, devemos colocar um ponto.

Não escreva assim!

Com o objetivo de ampliar a aproximação entre o BB e o Sistema AABB, a FENABB iniciou, em novembro de 2015, a série de reuniões itinerantes que fará com as superintendências do Banco.

Parágrafo com um período e duas orações, iniciando com a oração secundária.

Escreva assim!

A FENABB iniciou, em novembro de 2015, a série de reuniões itinerantes que fará com as superintendências do Banco. O objetivo é ampliar a aproximação entre o BB e o Sistema AABB.

Parágrafo com dois períodos, ambos na ordem direta.

As frases curtas são mais fáceis de serem escritas e muito mais fáceis de serem lidas. Cada ideia é assimilada aos poucos, permitindo ao leitor compreender a lógica argumentativa do redator ou a informação que está sendo apresentada.

Sempre que for possível, devemos substituir vírgulas por pontos, desde, é claro, que tenhamos uma frase com uma ideia completa, como no exemplo acima.





3.1.2 Uso da vírgula

A estrutura padrão das orações na Língua Portuguesa é **Sujeito + Verbo + Objeto + Complemento** (SVOC).

Regra geral: não se coloca vírgula entre sujeito e verbo, entre verbo e objeto e entre objeto e complemento.

Exemplo:

O Presidente da FENABB [SUJEITO] declarou encerrado [VERBO] o CINFAABB [OBJETO].

A vírgula é utilizada para marcar quando essa estrutura (SVOC), chamada de “ordem direta”, é alterada.

E isso acontece quando queremos produzir algum efeito estilístico, quebrar a monotonia da expressão, chamar a atenção para alguma ideia, enfim, para otimizar nossa interação comunicativa. Para esses casos, temos quatro regras principais:

Regra 1: use a vírgula para marcar a indicação de tempo, lugar, modo, condição, circunstância, condição... enfim, tudo o que estiver no início da frase antes da oração principal.

Exemplos:

Nas diversas modalidades disponibilizadas nessas competições, aproximadamente 1.800 atletas demonstraram que a garra e o espírito esportivo são sinônimos da rede de clubes.

Ao final de cada mês, a FENABB envia os prazos do Calendário de Obrigações Fiscais e Tributárias.

Regra 2: use duas vírgulas para marcar as explicações, complementações ou destaques que aparecem no meio da frase e que interrompem o fluxo normal da leitura.

Exemplos:

Juliano Kommer, associado da AABB Santa Cruz (RS), conquistou, nas etapas do Circuito Sesc de Corridas, a 2ª colocação no ranking geral.

O AABB Comunidade Porto Alegre (RS) recebeu, no dia 13 de agosto, a visita de Jaqueline Ana Buffon, Procuradora da República no estado do Rio Grande do Sul (RS), para uma palestra.

Regra 3: use a vírgula para separar elementos coordenados.

Exemplo:

A garotada praticou as seguintes modalidades esportivas: corrida rústica, handebol, futsal, salto em altura e voleibol.

Regra 4: use a vírgula para separar orações em um mesmo período.

Exemplos:

Trabalhar com esse público é uma grande responsabilidade para todos nós, pois estamos contribuindo para a construção de um país melhor, formando cidadãos comprometidos com a sociedade.

Participar do Circuito de Atividades Físicas é muito gratificante, porque podemos não só cuidar da nossa saúde, mas também manifestar alegria, solidariedade e união.

3.2 CONCORDÂNCIA VERBAL

A regra básica de concordância verbal nós sabemos intuitivamente, pois é um princípio gramatical que aprendemos desde que começamos a utilizar a língua ainda quando criança: o verbo concorda com o sujeito em número (singular ou plural) e pessoa (1ª, 2ª ou 3ª pessoa).

Exemplos:

Os participantes do curso conhecerão as mais variadas concepções psicológicas que explicam o desenvolvimento humano.

Sujeito: *Os participantes do curso* - 3ª pessoa do plural (Eles)

Verbo: *conhecerão* - 3ª pessoa do plural

A ABB Cianorte (PR) sediou, no dia 19 de agosto, o primeiro Encontro de Coros de ABBs realizado no estado do Paraná.

Sujeito: *A ABB Cianorte (PR)* - 3ª pessoa do singular (Ela)

Verbo: *sediou* - 3ª pessoa do singular

Nós acreditamos firmemente no poder transformador do projeto social do Programa ABB Comunidade.

Sujeito: *Nós* - 1ª pessoa do plural

Verbo: *acreditamos* - 1ª pessoa do plural

Não é raro vermos erros de concordância em textos publicados por bons redatores. Isso acontece não necessariamente por desconhecimento da regra, mas por falta de revisão. Essas situações ocorrem, geralmente, quando fazemos alterações em um texto e substituímos um sujeito no plural por um sujeito no singular e esquecemos de mudar o verbo.

Exemplo:

Os dirigentes presentes no evento **afirmaram** que estão unidos para o sucesso do projeto.

Sujeito: *Os dirigentes* - 3ª pessoa do plural (Eles)

Verbo: *afirmaram* - 3ª pessoa do plural

Concordância correta!

Essa frase foi substituída, no texto, por esta:

O representante dos dirigentes presentes no evento **afirmaram** que estão unidos para o sucesso do projeto.

Sujeito: *O representante* - 3ª pessoa do **singular** (Ele)

Verbo: *afirmaram* - 3ª pessoa do **plural**

Concordância incorreta, pois o redator trocou o sujeito da frase (para o singular), mas esqueceu de trocar o verbo (que ficou no plural).

O representante dos dirigentes presentes no evento **afirmou** que estão unidos...

Sujeito: *O representante* - 3ª pessoa do singular

Verbo: *afirmou* - 3ª pessoa do singular

Concordância correta!

Outra situação também comum de erro de concordância acontece quando o sujeito fica muito distante do verbo. O redator acaba fazendo a concordância do verbo com o nome mais próximo.



Exemplo:

Os associados presentes no evento, todos preocupados com a questão e envolvidos com a busca de uma solução adequada para o problema apresentado pelo Diretor, **decidiu** que dedicariam todos os esforços para corrigir as distorções detectadas.

Sujeito: Os associados – 3ª pessoa do **plural** (Eles)

Verbo: *decidiu* – 3ª pessoa do **singular**

Concordância incorreta!

Possivelmente o redator fez a concordância com *Diretor*, que estava próximo do verbo e no singular.

Os associados presentes no evento, todos preocupados com a questão e envolvidos com a busca de uma solução adequada para o problema apresentado pelo Diretor, **decidiram** que dedicariam todos os esforços...

Sujeito: Os associados – 3ª pessoa do **plural**

Verbo: *decidiram* – 3ª pessoa do **plural**

Concordância correta!

Uma revisão cuidadosa previne esses deslizos de concordância.

3.3 USO DA CRASE

É menos ruim deixar de colocar uma crase, do que utilizá-la de forma inadequada. Isso significa que, **se você nunca utilizar a crase, vai errar menos do que se utilizá-la sem ter a certeza de sua necessidade.**

As regras a seguir irão lhe dar segurança para usar a crase corretamente.

Crise é uma palavra de origem grega “krâsis”, que quer dizer “mistura”.

Essa é a ideia da crase: a mistura, fusão ou contração de dois “a”:

o **“a” preposição mais o “a” artigo definido feminino.**

Regra básica: utilize crase apenas antes de nome no feminino.

Por quê?

A crase é contração da preposição “a” mais o artigo “a”. O artigo “a” só pode ser utilizado diante de nomes no feminino.

Quando você está em dúvida se deve ou não utilizar a crase, substitua a palavra que está diante da crase por uma palavra no masculino.

Veja esta frase:

O convite foi encaminhado a *Superintendência*.

Devemos utilizar a crase ou não?

Substitua a palavra “*Superintendência*” por uma palavra no masculino:

O convite foi encaminhado **ao** *Superintendente*.

Se, ao fazer essa substituição, o “a” em questão tiver que ser trocado por “ao”, você deve usar a crase, pois isso significa que, na frase original, existe um “a” artigo feminino, além do “a” preposição.

A frase estará correta, com crase:

O convite foi encaminhado **à** *Superintendência*.

Outro exemplo:

O apoio da FENABB a atividade esportiva de alto desempenho tem trazido bons resultados.



Devo utilizar a crase ou não?

Seguindo a dica, vamos substituir “atividade esportiva” por uma palavra no masculino:
O apoio da FENABB **a esporte** de alto desempenho tem trazido bons resultados.

Nesse caso, continuamos usando apenas a preposição “**a**” antes de “**esporte**”. Não foi preciso o artigo masculino “**o**”. Portanto, NÃO devemos utilizar a crase, pois sabemos que não existe artigo feminino na frase original, apenas preposição.

Mais um exemplo:

A FENABB está sempre atenta as **diferentes demandas** das AABBs.

Vai crase ou não?

Vamos substituir “as diferentes demandas” por um nome no masculino:
A FENABB está sempre atenta **aos diferentes pedidos** das AABBs.

Nessa frase, portanto, devemos utilizar a crase.
A FENABB está sempre atenta **às diferentes demandas** das AABBs.

Agora, veja as situações em que a crase NÃO deve ser utilizada.

Regra 1: não use crase antes de palavra no masculino.

Andar **a cavalo** é divertido.

Todas as notas estavam escritas **a lápis**.

A travessia foi feita com barco **a remo**.

Se crase é a contração da preposição “**a**” mais o artigo feminino “**a**”, não pode aparecer antes de nome no masculino.

Nas frases acima, não há artigo, apenas preposição. Se existisse a necessidade de um artigo, deveríamos utilizar, além da preposição, o “**o**” artigo masculino. Mas, não é correto dizermos “Andou ao cavalo”.

Regra 2: não use crase antes de palavra no plural se o “**a**” estiver no singular.

O auxílio financeiro concedido pela FENABB atende a antigas reivindicações apresentadas pelos dirigentes em diversos encontros com a Diretoria.

Crase é junção da preposição “a” mais artigo feminino “a”. Nessa frase, existe apenas o “a” preposição. Não está presente o artigo, portanto não há crase.

Se, além da preposição, houvesse também o artigo, ele teria que ir para o plural, pois “antigas reivindicações” está no plural. O artigo (o, a, um, uma) deve concordar em gênero e número com o nome que o segue. Nesse caso, então, a crase seria necessária:

O auxílio financeiro concedido pela FENABB atende **às antigas reivindicações** apresentadas pelos dirigentes em diversos encontros com a Diretoria.

Regra 3: não use crase antes de verbo.

Os esforços estão dirigidos a orientar os jovens em situação de risco social.

Nunca ocorrerá crase antes do verbo, pois não cabe artigo antes do verbo. E você já sabe que crase é a contração do “a” preposição mais o “a” artigo.

Regra 4: não use crase em expressões com palavras repetidas.

“O diretor ficou **cara a cara** com os associados.”

“O manual explica **passo a passo** como utilizar o programa.”

“A comunicação **face a face** ainda é a melhor forma de interação.”

Esse “a” que aparece nos exemplos é apenas uma preposição. Não há artigo aí, portanto não ocorre a crase.

Outras expressões com palavra repetidas, **sempre sem crase**:

...frente a frente...

...ponto a ponto...

...de mais a mais...

4 MÍDIAS SOCIAIS

As mídias sociais exigem manutenção constante e conteúdo novo sempre. Se uma instituição não pode alimentar com conteúdos novos uma página na internet (site ou perfil no Facebook ou Instagram), é melhor ficar fora da rede. **Os posts despertam interesse quando trazem informação nova, útil e que tenha alguma proximidade com o leitor.**

Para fidelizar leitores, ajuda muito ter um planejamento da periodicidade de publicação: diária, semanal, quinzenal ou mensal. É importante que o leitor saiba com qual frequência deve voltar ao site ou página para buscar informação nova. Publique conteúdo novo obedecendo sempre esse cronograma estabelecido.

Evite utilizar os termos: “hoje”, “ontem” ou “amanhã”, pois esses indicativos de tempo perdem o ponto de referência na internet, ficando difícil para o leitor descobrir a qual “hoje”, “ontem” ou “amanhã” o texto se refere. Se for necessário utilizar, especifique o dia e o mês entre parênteses.

Título

O título de um post é um convite para a leitura do texto. Sintetize em uma frase curta com verbo o seu conteúdo.



5 MURAL FÍSICO

O mural físico é a mídia mais antiga conhecida. Os primeiros registros de mural podem ser encontrados nas pinturas rupestres deixadas nas cavernas por nossos antepassados da pré-história. Apesar dos avanços das tecnologias de informação e comunicação (TICs), o mural físico tem ainda seu lugar garantido como espaço para divulgação de informações.

MURAL FÍSICO

5.1 TAMANHO DO TEXTO

O leitor do mural estará necessariamente em pé quando for ler algo, portanto, devemos evitar colocar textos longos e cansativos. **O texto afixado no mural deve ter, no máximo, quatro parágrafos de cinco linhas cada.**

MURAL FÍSICO

5.2 PADRONIZAÇÃO GRÁFICA

Fonte: Arial. Corpo: entre 18 e 22.

Título: em negrito, caixa alta, com o corpo da fonte de tamanho imediatamente superior àquele utilizado no texto.

Espaçamento entrelinhas: 1,5.

Espaçamento entre parágrafos: duplo.

Margens: 2,5 cm (superior, inferior, esquerda e direita).

A descontração na linguagem que se permite no mural não pode, em hipótese alguma, comprometer a elegância do texto.

MURAL FÍSICO

5.3 PERIODICIDADE

As informações divulgadas no mural físico devem ser expostas por, no máximo, cinco dias úteis. Exceto em caso de notícias extraordinárias, é recomendável que as informações sejam datadas e colocadas no primeiro dia útil da semana, no início do expediente, e retiradas no último dia útil da semana, no final do expediente. Se os funcionários não encontram informação nova, aos poucos perdem o interesse pelo mural.



6 CORRESPONDÊNCIAS – E-MAILS E CARTAS

Quando o redator escreve em nome da FENABB, deve utilizar a primeira pessoa do plural “nós”. Quando escreve em seu nome pessoal, pode utilizar a primeira pessoa do singular: “eu”. Cuide, porém, para não misturar as duas formas na mesma mensagem.

6.1 PADRONIZAÇÃO GRÁFICA

Fonte: Arial 12.

Espaçamento entre linhas: 1,5.

Espaçamento entre parágrafos: duplo.

Alinhamento do texto: parágrafos justificados, sem entrada no parágrafo.

Margens: 2,5 cm (superior, inferior, esquerda e direita).

Local, data: alinhados pela esquerda.

Vocativo: *Prezado Senhor, Prezada Senhora, etc.*, alinhado pela esquerda, sem vírgula ou qualquer outra pontuação.

Fecho: *Atenciosamente* (não abreviel) ou *Saudações, etc.*, alinhado pela esquerda, sem vírgula ou qualquer outra pontuação.

Tamanho dos parágrafos: cinco linhas no máximo, com dois períodos no mínimo.



Em correspondência impressa, utilize papel timbrado padrão com a logo da FENABB, conforme modelo no final deste Manual.

As cartas impressas da FENABB são numeradas sequencialmente a cada ano, da seguinte forma: *FENABB – ano/Enúmero* com cinco algarismos, conforme modelo ao final deste Manual. A letra “E” antes do número se refere a “Enviada”.

6.2 “ASSUNTO” NO E-MAIL OU EPÍGRAFE NA CARTA

O assunto em uma mensagem ou a epígrafe em uma carta é uma espécie de manchete (no jornal). Seu objetivo é, com poucas palavras, **indicar o conteúdo da mensagem**. Elabore o assunto ou epígrafe, especificando o conteúdo do geral para o particular.

Exemplo:

Relatório Anual de ABB – Como preencher.

Quando necessário, devemos repetir essa “manchete” no corpo da correspondência. No e-mail, o assunto fica deslocado graficamente da mensagem, por isso essa recomendação de repeti-lo. Com a correria do dia a dia, quando vamos ler uma mensagem, já esquecemos o que estava no assunto.

Nas cartas impressas, a epígrafe deve ser marcada com negrito, conforme modelo no final deste Manual.

6.3 ENCADEAMENTO DE MENSAGENS NOS E-MAILS

A utilização do correio eletrônico reduziu o problema das distorções na retransmissão de mensagens conhecido como “telefone sem fio”. Num e-mail, as mensagens anteriores que tratam do mesmo assunto ficam encadeadas e podem ser retomadas em caso de dúvida. Fazer resumo de uma mensagem ou reproduzir o que ficou entendido pode comprometer o sentido original. Dependendo do assunto, portanto, convém não deletar as mensagens anteriores.

Mas, se as mensagens encadeadas não estão diretamente relacionadas com o e-mail que você está escrevendo, ou se sua mensagem não depende das anteriores, **DELETE!**

6.4 REFERÊNCIA NAS CARTAS

Se a carta que está sendo escrita se refere a assunto já tratado em correspondência anterior, é necessário escrever no primeiro parágrafo: “*Referimo-nos à correspondência [identifique a correspondência] de [data] sobre [assunto].*”

CORRESPONDÊNCIAS – E-MAILS E CARTAS

6.5 TRATAMENTO

O tratamento padrão e elegante nas correspondências (carta ou e-mail) é *Prezado Senhor, Prezada Senhora*.

Quando é necessário algum formalismo, utiliza-se *Vossa Senhoria (V. Sa.)*, tratamento que deve ser utilizado com parcimônia, pois caiu em desuso na correspondência empresarial.

Tradicionalmente, utiliza-se tratamento diferenciado para:

- **Membros dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário:** *Vossa Excelência*.

Vocativo: em comunicações dirigidas aos Chefes de Poder é *Excelentíssimo Senhor*, seguido do cargo respectivo: *Excelentíssimo Senhor Presidente da República, Excelentíssimo Senhor Presidente do Congresso Nacional, Excelentíssimo Senhor Presidente do Supremo Tribunal Federal*.

As demais autoridades serão tratadas com o vocativo *Senhor*, seguido do cargo respectivo: *Senhor Senador, Senhor Juiz, Senhor Ministro, Senhor Governador, Senhor Deputado*.

- **Reitor de universidade:** *Vossa Magnificência*. Vocativo: *Magnífico Reitor*.

- **Papa:** *Vossa Santidade*. Vocativo: *Santíssimo Padre*.

- **Cardeais:** *Vossa Eminência*. Vocativo: *Eminentíssimo*.

- **Bispos e arcebispos:** *Vossa Excelência Reverendíssima*. Vocativo: *Reverendíssimo*.

- **Monsenhores, cônegos, sacerdotes, freiras:** *Vossa Reverendíssima*. Vocativo: *Reverendíssimo ou Reverendíssima*.

- **Pastores e líderes religiosos não católicos:** *Vossa Senhoria*.

Não use!

Não se deve utilizar o tratamento *digníssimo senhor*. A dignidade da pessoa é um pressuposto, sendo desnecessária sua evocação. *Ilustríssimo senhor* é também um tratamento que caiu em desuso e não deve ser utilizado. É suficientemente elegante e cortês *Prezado Senhor*.

Doutor não é forma de tratamento e sim título acadêmico. Deveria ser utilizado apenas em comunicação dirigida a pessoas que tenham tal grau por terem defendido tese de doutorado. Para quem não tem o título de doutor, o tratamento *Senhor* é suficientemente elegante e cortês. Devemos considerar, porém, que, no Brasil, é costume designar por *Doutor* os bacharéis em Direito e em Medicina.

6.5.1 Tratamento inclusivo – feminino e masculino

Tradicionalmente, o masculino é utilizado para representar os dois gêneros: o masculino e o feminino. Por conta das mudanças sociais e culturais vivenciadas pela sociedade, é pertinente,

adequado e elegante, no tratamento, o uso de uma linguagem inclusiva que contemple o gênero masculino e feminino.

Portanto, quando a mensagem for para público constituído de homens e mulheres, utilize os dois tratamentos: *Prezados Senhores, Prezadas Senhoras*. Não utilize esta forma: *Prezados(as) Senhores(as)*.

6.5.2 Concordância com os pronomes de tratamento

Com as formas de tratamento, faz-se a concordância com o gênero das pessoas a que se referem:

Vossa Senhoria [homem] será muito **bem-vindo** na cerimônia de abertura das Jornadas Esportivas do Sistema AABB.

Concordância de pessoa

Embora tenham a palavra “Vossa” na expressão, as formas de tratamento exigem verbos e pronomes referentes a elas na terceira pessoa (seu, sua):

Não escreva assim!

*Temos a satisfação de convidar Vossa Senhoria e **vossa** equipe...*

Escreva assim!

*Temos a satisfação de convidar Vossa Senhoria e **sua** equipe...*

CORRESPONDÊNCIAS – E-MAILS E CARTAS

6.6 ORGANIZAÇÃO DO CONTEÚDO

Comece a mensagem com o mais importante do ponto de vista do leitor: o que ele precisa fazer ou o que ele precisa saber para compreender uma informação, desencadear uma ação administrativa ou tomar uma decisão. Na sequência, justifique, explique, argumente. Para terminar, apresente as considerações finais, se necessárias.

A fórmula para a estrutura lógica das mensagens administrativas (e-mails e cartas) é esta: SOLICITA/INFORMA – ARGUMENTA – CONSIDERA (**SAC**).



6.6.1 Chavões

Algumas fórmulas antigas utilizadas na comunicação administrativa deixam os textos longos e cansativos. Reduzir essas frases, torna o texto conciso.

Não escreva assim!

Solicitamos o especial obséquio de verificar a possibilidade de enviar...

Escreva assim!

Por favor, envie...

6.6.2 Chavões iniciais

Evite estes chavões no início dos parágrafos:

- *Informamos que...*
- *Comunicamos que...*
- *Por oportuno...*
- *Lembramos ainda...*
- *A propósito...*
- *Esclarecemos que...*
- *Finalmente...*

Nós utilizamos essas expressões por hábito redacional. São dispensáveis, pois não agregam valor significativo aos textos.

6.6.3 Advérbios e adjetivos dispensáveis

Evite os advérbios, especialmente os de modo (terminados em *mente*):

- *para que possamos efetivamente fazer a diferença*
- *leia atentamente*
- *devidamente assinado*

Evite adjetivos, pois eles agregam pouco **valor informativo** à mensagem:

- *Fundamental importância*
- *Providências cabíveis*
- *Valor exato*
- *Correto preenchimento*
- *Alterações necessárias*
- *Atenta conferência*
- *Registro devido.*

CORRESPONDÊNCIAS – E-MAILS E CARTAS

6.6.4 Parágrafo de encerramento das mensagens

Não escreva assim!

Sem mais para o momento, nos colocamos a sua inteira disposição, aproveitando o ensejo para reiterar protestos de profunda estima e consideração.

Encerramentos como esse não são mais utilizados.

Escreva assim!

Utilize uma destas formas ou equivalentes, desde que não vá além de sete palavras:

Estamos à disposição.

Continuamos a sua disposição.

Agradecemos sua atenção e aguardamos retorno.

Em caso de dúvida, faça contato. Estamos à disposição.

Dúvidas? Ligue para...

6.6.5 Fecho

Utilize *Atenciosamente* (não abrevie!) ou *Saudações* alinhado pela esquerda, sem vírgula ou qualquer outra pontuação. Em e-mails, quando existe relacionamento mais próximo entre remetente e destinatário, é elegante utilizar no fecho: *Abraço, Um abraço, Forte abraço.*



6.6.6 Assinatura

A identificação da assinatura de e-mail será em cor azul, igual à cor da logo da FENABB, e terá as seguintes informações:

Nome completo [em negrito]

Cargo

Setor [sigla em caixa alta e por extenso em caixa baixa]

Telefone

E-mail corporativo

Site da FENABB



Fulano de tal

Analista Júnior

NUCOM - Núcleo de Comunicação

(61) 2106 - 1100

fulano@fenabb.org.br

www.fenabb.org.br

Não é recomendável colocar, na assinatura, apenas a sigla do setor onde trabalha o remetente. Essas siglas fazem sentido apenas para os próprios funcionários. Recomenda-se, portanto, especificar o nome do setor após a sigla. O leitor agradece!

Na assinatura das cartas impressas, abaixo do nome do responsável hierárquico, constará apenas *FENABB – Nome do cargo*, conforme modelo no final deste Manual.

Nos e-mails e cartas impressas use apenas uma assinatura. Nos e-mails pessoais, a assinatura será a do remetente. Nos e-mails e cartas institucionais, utilize a assinatura do responsável hierárquico.

O uso de mais de uma assinatura nos textos institucionais, que podem chegar até a três (presidente, vice-presidente e gerência), acontecerá apenas em casos especiais, quando se referir a autorização de pagamentos, ou liberação de verbas.

6.6.7 Anexos

Em mensagens, colocar, após a assinatura, quantos anexos estão sendo enviados.

A palavra anexo, no corpo da mensagem, quando utilizada como adjetivo, deve concordar com o substantivo:

Os relatórios **anexos....**

As planilhas **anexas...**

Como locução adverbial, é invariável:

*Encaminhamos, **em anexo**, os relatórios solicitados.*

*Encaminhamos, **em anexo**, as planilhas solicitadas.*

6.7 OFÍCIO

O ofício é uma modalidade de comunicação oficial que tem como finalidade **o tratamento de assuntos oficiais pelos órgãos da Administração Pública entre si e também com particulares** (Manual de Redação da Presidência da República).

A FENABB não é um órgão da Administração Pública, portanto a FENABB não produz ofícios, mesmo quando se dirige a um órgão público. Ainda que receba um ofício, **a FENABB responderá com uma carta.**

O Manual de Redação da Presidência da República determina que o destinatário do ofício deve ser colocado no início do texto, como se faz na carta, e não mais no final, como se fazia antigamente. Do ponto de vista da formatação, portanto, não há diferença entre ofício e carta. A diferença está apenas no nome da correspondência.

7 MANUAIS E INSTRUÇÕES

Para descrição de normas, procedimentos e rotinas, a orientação padrão é esta: **considere o destinatário como um leigo.** Procure ser sempre bem didático. Se o leitor for leigo, irá entender. Se não for, também.

No caso de orientação sobre aplicativos de computadores ou comandos de softwares, não existe nada melhor do que mandar imagens das telas.

Sempre que possível, valide uma instrução técnica com representantes do público que irá utilizar essa orientação.

8 PADRONIZAÇÃO ESTÉTICA E GRÁFICA

A apresentação de um texto é a primeira oportunidade que temos de ganhar (ou perder) um leitor. Portanto, cuide da estética de seu texto.

De pouco adianta um texto bonito, mas mal escrito. Mas, a interação, favorável ou não, do leitor com o texto começa a partir do contato visual com sua apresentação gráfica.

8.1 LAYOUT

Fonte: Arial 12.

Espaçamento entre linhas: 1,5.

Espaçamento entre parágrafos: duplo.

Alinhamento do texto: parágrafos justificados, sem entrada no parágrafo.

Margens: 2,5 cm (superior, inferior, esquerda e direita).

8.1.1 Negrito, caixa alta, sublinhado: utilize com parcimônia!

Negrito, sublinhado, caixa alta, cores etc. podem e devem ser aplicados para dar destaque a uma informação realmente relevante. Esses recursos, porém, devem ser utilizados com parcimônia para não poluir o texto. O excesso pode ainda funcionar como elemento distraidor do leitor, além de comprometer a elegância do texto.

8.2 PADRONIZAÇÕES DIVERSAS

Idades, porcentagem, pesos, medidas, proporções: use algarismos.

8.2.1 Datas

Dia, mês e ano (em números): dois dígitos para cada um, separados por ponto: 09.03.17, 14.09.98.

Dia e mês: dia em algarismo e mês por extenso, nesse caso, sem zero à esquerda do número:

Os jogos vão de 5 de março a 11 de abril.

○ primeiro dia do mês deve ser em ordinal: *1º de dezembro.*

Dia, mês e ano (por extenso): *14 de setembro de 1953.*

Dia da semana: escreva o dia da semana e o número do dia entre vírgulas: Ex. *Nesta terça-feira, 7, ocorre o evento...*

Ano: sem ponto: 2017 (e não 2.017).

8.2.2 Horas

Dois dígitos para horas e para minutos. Não abrevie o minuto. Basta o *h* de horas, sem ponto e sem “s” depois do “h”: 09h30 - 12h03 - 05h09.

Quando precisar abreviar minutos, não use *m*, pois pode ser confundido com a abreviatura de metro. Utilize *min*: 30min.

Em cronometragem esportiva, use as abreviaturas min (para minutos) e s (para segundo).

Milésimos de segundo dispensam abreviatura:

Magda completou a volta em 2h10min36s356.

Não abrevie, quando registrar a duração de um evento:

*O encontro de dirigentes de AABB se estendeu por 3 horas e 20 minutos.
(Não utilize, nesses casos, 03h20.)*

8.2.3 Numerais

De zero a dez, cem e mil (cardinal ou ordinal): por extenso.

Estiveram presentes na reunião cinco dirigentes.

O time terminou o campeonato em quarto lugar.

Havia mais de cem associados acompanhando os jogos.

Não use 1 mil, use apenas mil.

Havia mais de mil pessoas no evento.

De 11 a 99, de 101 a 999 (cardinal ou ordinal): com algarismo.

Estiveram presentes na reunião 11 dirigentes.

O nadador conseguiu apenas o 15º lugar na classificação final.

Se, em uma mesma frase, houver números abaixo e acima de 11, use apenas algarismos:

Para a etapa final do concurso, foram escolhidas 5 fotos, 10 redações e 18 desenhos.

A partir de mil (milhão, bilhão, trilhão...)

- Para números redondos, use algarismos + palavra: *3 mil, 4,3 mil, 18,7 mil, 3 milhões, 20 milhões, 1,3 bilhão.*

- Para números quebrados, use só algarismos: *12.357, 20.084.*

- Os algarismos da casa do milhar em diante levam o ponto: *1.237, 14.562, 124.985, 1.507.432, 12.345.678.543.*

- Não abrevie milhão (mi), bilhão (bi), trilhão (tri).

Ordinal não leva ponto, apenas a vogal sobrescrita, "o" para masculino e "a" para feminino: *15º (décima quinta), 32º (trigésimo segundo).*

"Aproximadamente" ou "cerca de" não se usa em números quebrados ou exatos.

Não escreva assim!

Cerca de 453 pessoas... Aproximadamente 1.247 pessoas...

Escreva assim!

Cerca de 400 pessoas... *Aproximadamente 1.300 pessoas...*

Não comece uma frase com algarismos. Nesse caso, utilize sempre o extenso:

Dezoito dirigentes estiveram presentes na reunião.

8.2.4 Valores em dinheiro (reais)

Para valores em dinheiro, use algarismos. Da casa do milhar em diante, separe com ponto. Os centavos, separe com vírgula. Só informe por extenso um valor, quando quiser evitar adulteração. Por extenso, utilize vírgulas para separar as centenas, e “e” entre as dezenas, unidades e centavos:

R\$ 20.894,10 (*vinte mil, oitocentos e noventa e quatro reais e dez centavos*).

R\$ 2.128.654,30 (*dois milhões, cento e vinte e oito mil, seiscentos e cinquenta e quatro reais e trinta centavos*).

R\$ 15.380,00 (*quinze mil, trezentos e oitenta reais*).

Para valores redondos, use algarismos + palavra:

R\$ 1,2 mil (*mil e duzentos reais*)

US\$ 500 milhões (*quinhentos milhões de dólares*)

8.2.5 Abreviaturas de unidades de medida (em ordem alfabética)

centímetro	cm
decímetro	dm
dia	d
grama	g
hectare	ha
hora	h
litro*	l ou L
metro	m
metro quadrado	m ²
milímetro	mm
minuto	min
quilograma	kg
quilômetro	km
segundo	s
tonelada	t

* Litro: como o l minúsculo pode ser confundido com o número 1. Recomenda-se utilizar o L maiúsculo ou escrever por extenso: *1L ou 1 litro (em vez de 1l)*.

Nenhuma abreviatura de unidade de medida tem ponto ou plural. E não há espaço entre o número e o símbolo: $8m^2$, $12h$, $300km$, $45ha$, $4h$, $08h25$, $19m^3$.

Quando as unidades de medida são escritas por extenso, devem ser grafadas em caixa-baixa: *metro, hora, tonelada, quilômetro, grama, quilograma*.

8.2.6 Siglas

Devemos ser econômicos quanto ao uso de siglas pouco conhecidas. Quando citarmos alguma sigla que não é de conhecimento público, na primeira vez que aparece no texto, deve constar seu significado entre parênteses. Na repetição da sigla, não é mais necessário escrever seu significado por extenso.

Exemplo:

Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)
Plano Básico de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PBDCT)

Siglas são escritas com todas as letras maiúsculas.

ONU – Organização das Nações Unidas
IML – Instituto Médico Legal
FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
AABB – Associação Atlética Banco do Brasil

Exceções: CNPq – Conselho Nacional de Pesquisa (para diferenciá-lo de CNP – Conselho Nacional do Petróleo), UnB Universidade de Brasília.

Quando formam uma palavra pronunciável, siglas com quatro letras ou mais devem ser escritas somente com a inicial maiúscula:

Masp – Museu de Arte de São Paulo
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Petrobras – Petróleo Brasileiro
Sesc – Serviço Social do Comércio

Quando, porém, a sigla, com quatro letras ou mais, exige leitura letra por letra, todas são escritas em caixa alta, conforme a regra geral: FGTS, SBPC, DNER.

Algumas organizações, mesmo tendo uma sigla com mais de quatro letras formando palavra pronunciável, preferem utilizar a sigla em caixa alta, acompanhando a logomarca:

FENABB – Federação Nacional de Associações Atléticas Banco do Brasil

CESABB – Conselho Estadual de Associações Atléticas Banco do Brasil

PREVI – Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil

Deve-se adicionar a letra “s” (sempre minúscula) para indicar o plural de uma sigla:

O trabalho das AABBs é muito valorizado nas comunidades.

A sigla dos estados brasileiros não leva ponto: BA, RS, AM. A sigla do estado vai depois da cidade sem hífen: Brasília DF. Também não se usa ponto entre as letras da sigla: EUA (e não E.U.A.), ONU (e não O.N.U.).

FENABB, CESABB, AABB

O nome da FENABB, por extenso, deve ser grafado de acordo com o estatuto: *Federação Nacional de Associações Atléticas Banco do Brasil*.

Referindo-se ao CESABB de determinado estado, a UF virá acompanhada de hífen: *CESABB-MA, CESABB-RS, CESABB-BA*.

Referindo-se à AABB de determinada cidade, a UF virá entre parênteses: *AABB Caxias do Sul (RS), AABB Manaus (AM)*.

8.2.7 Logomarcas

A utilização de logomarcas oficiais deve seguir o padrão estabelecido pelas proprietárias das marcas. A marca da FENABB está padronizada no Manual de Identidade Visual da FENABB, disponível em <http://www.fenabb.org.br/download-de-marcas/>

8.2.8 Palavras de outras línguas ou estrangeirismos

Devemos evitar palavras e expressões de outras línguas, dando preferência a uma palavra correspondente em português. Quando é indispensável a utilização de um estrangeirismo, devemos grafá-lo em *itálico*, sem aspas.

Muitas palavras, porém, que vieram de outras línguas, foram incorporadas em nosso vocabulário sem tradução e já constam do dicionário da Língua Portuguesa. Essas palavras devem ser grafadas sem *itálico* e sem aspas. Exemplo: online, e-mail, marketing, design, shopping, site, blitz, outdoor, status, rock, scanner, etc.



Se você tem dúvida se a palavra estrangeira já consta em nossos dicionários da Língua Portuguesa, utilize o itálico.

8.2.9 Nomes de cargos

O Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, que entrou em vigor em 1º de janeiro de 2016, oferece a possibilidade de se grafar nomes de cargos com a inicial maiúscula, “reverencialmente ou hierarquicamente”. Essa é a definição adotada pela FENABB. Exemplo: Presidente, Vice-Presidente, Gerente, Gerente de Núcleo, Assessor, Analista, etc.



FENABB – 2017/E00678
Brasília DF, 09.11.17

À
AABB Brasília (DF)
Nesta

Senhor Presidente

Manual de Redação da FENABB – Padronização gráfica das cartas

Apresentamos abaixo, para conhecimento, orientação quanto à padronização gráfica adotada pela FENABB em suas correspondências impressas:

- Fonte: Arial 12.
- Espaçamento entre linhas: 1,5. Espaçamento entre parágrafos: duplo.
- Alinhamento do texto: parágrafos justificados, sem entrada no parágrafo.
- Margens: 2,5 cm (superior, inferior, esquerda e direita).
- Numeração, local e data: alinhados pela esquerda.
- Vocativo: *Prezado Senhor, Prezado Senhora, etc.*, alinhado pela esquerda, sem vírgula ou qualquer outra pontuação.
- Epígrafe em negrito.
- Fecho: *Atenciosamente* (não abrevie!) ou *Saudações, etc.*, alinhado pela esquerda, sem vírgula ou qualquer outra pontuação.
- Tamanho dos parágrafos: cinco linhas no máximo, com dois períodos no mínimo.

Atenciosamente

Rene Nunes dos Santos
FENABB - Presidente

FENABB – Federação Nacional de AABBS

SDS – Edifício Boulevard Center, 3^o andar – Brasília/DF – CEP 70391-900
Tel.: (61) 2106-1100 / 0800-7042106 – Fax: (61) 2106-1131
www.fenabb.org.br | fenabb@fenabb.org.br



MANUAL DE REDAÇÃO

Federação Nacional de Associações Atléticas Banco do Brasil

