

Identidade Verbal

**Desafios 2.0**

## Índice

**Introdução** \_\_\_\_\_ pág. 03

**Tom de Voz** \_\_\_\_\_ pág. 08

**Esferas de Personalidade** \_\_\_\_\_ pág. 20

**Território de Palavras** \_\_\_\_\_ pág. 28

**Prefira e Evite** \_\_\_\_\_ pág. 33

**Elasticidade** \_\_\_\_\_ pág. 35

**Manual de Redação** \_\_\_\_\_ pág. 37

# Identidade Verbal → Comunicação

**comunicação interna e com investidores**  
**em apresentações institucionais**  
no discurso de seus **representantes comerciais**  
no dia a dia de todos os **colaboradores**  
em **interações** com consumidores



**atitude de  
marca**



**“A tone of voice  
both embodies  
and expresses  
the brand’s  
personality and  
set of values.”**

**Cummings, Harriet**

[sério e cauteloso]



Tente ler o futuro desta criança.

**Crianças que trabalham. Não basta ficar indignado. Vamos trabalhar para mudar isto.**

A Souza Cruz abraça a luta contra o trabalho infantil. Criança que trabalha compromete o futuro, perde o direito à infância e ao conhecimento. Erradicação do trabalho infantil não luta somente por um modelo para o mundo, mas também por um futuro melhor para todos. Participe!



Entre todos os valores que existem, um é inegociável:

# Liberdade

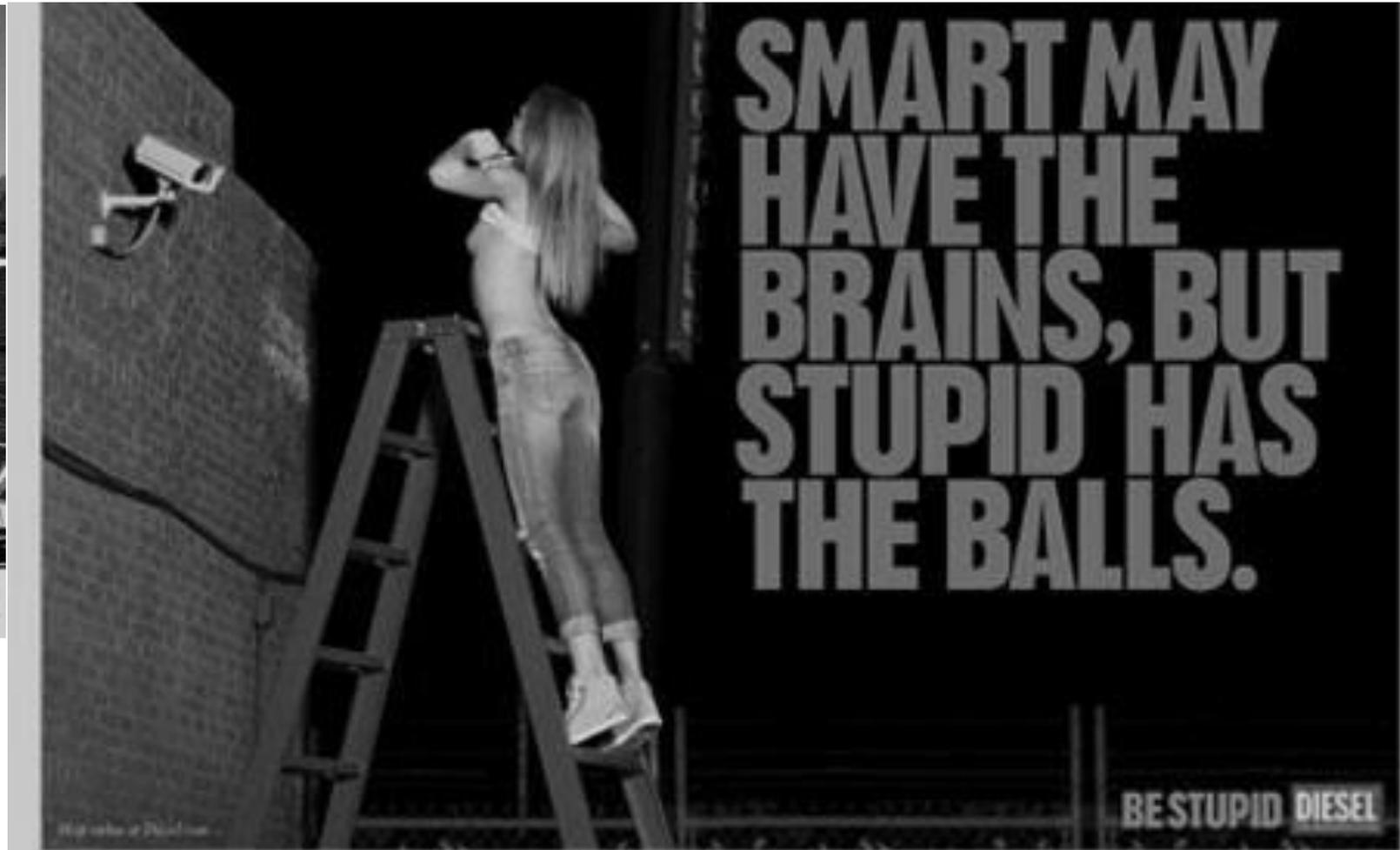
A Souza Cruz acredita na liberdade de expressão, como fundamento essencial da livre-concorrência entre as empresas que trabalham com produtos legais, e na liberdade de seus consumidores adultos para fazer suas escolhas livremente. Uma grande empresa não é só medida por seus números, mas também por seus ideais. Valorizar e praticar princípios como livre-iniciativa, livre-concorrência, livre-arbitrio, livre-expressão é o que faz uma empresa ser grande. Não importa o tamanho que tenha.



[popular e focado em preço]



[sexy e subversivo]



# Tom de Voz

Ajuda a formar a personalidade da marca e expressa a atitude que devemos ter em relação às pessoas. É muito mais que o estilo de escrita: é nosso jeito de ser, de falar e de nos fazermos reconhecidos por meio da comunicação.

Nossos tons de voz são complementares. E são ferramentas de construção de personalidade no longo prazo. Por isso, é importante manter consistência para se fazer reconhecido pelos públicos, adaptando-se a cada um deles, mas sem deixar nosso DNA de lado.

## Importante:

Os Tons de Voz aqui descritos são de uma iniciativa: o Desafios 2.0. Foram construídos em cima de premissas do projeto e da marca ENAP. porém não descrevem os tons de voz da própria ENAP.

# que questiona, engajando

Criamos **interações**: entre a ENAP e os servidores; entre os servidores e a sociedade civil; entre as pessoas como um todo. E fazemos isso **estimulando diálogos**, sejam digitais ou pessoais – a forma mais eficiente que encontramos de **engajar**, **mobilizar**, **ensinar** e **movimentar** as pessoas, para que saiam do lugar e descubram mais de suas potencialidades.

## **Armadilhas:**

Questionar demais, construindo uma sensação de superioridade, que sabemos mais do que as outras pessoas – arrogância e prepotência, que mais afastam do que engajam; que criam mais barreiras do que aproximação.

# que questiona, engajando

## ● O que questiona, engajando?

- falar com cada pessoa, no singular, criando diálogos e interações únicas
- trazer perguntas orientadoras, que guiam a ação do usuário
- abusar de interrogações que levem a ações, pensamentos e reflexões
- provocar abordagens ousadas, que fogem aos estereótipos e clichês
- adotar uma linguagem convidativa, com calls to action e verbos no imperativo
- colocar as pessoas no centro, incentivando-as a fazer algo diferente

## ● O que **não** questiona, nem engaja?

- criar perguntas que não levam à reflexão ou são óbvias demais
- usar questionamentos agressivos, que ofendem a inteligência das outras pessoas
- explorar uma linguagem provocativa gratuita
- criar um conteúdo de autoajuda, com reflexões batidas
- ser autocentrado, egocêntrico e falar só de si

### **Sempre refletir:**

“Esses questionamentos mobilizam e levam a reflexões interessantes? Será que posso ofender alguém aqui?”.

## que questiona, engajando

- **É muito fácil. O que você não entendeu?**
- **É fácil e vamos entender juntos. Que tal?**
  
- **Desafios 2.0: a melhor forma de inovar!**
- **Com o Desafios 2.0, você inova e faz acontecer.**
  
- **Você sabia que existe inovação no Governo?**
- **Um Governo inovador. E que conta com você.**



Perceba o tom de repreensão. “Como não entender uma coisa tão fácil?” O que é fácil para um pode não ser para a outra pessoa.



Não somos egocêntricos e autocentrados. Falamos com a outra pessoa, no singular, e fazemos dela a protagonista do discurso.



“É claro que existe!”. Cuidado com perguntas óbvias que jogam contra e não nos posicionam como inovadores.

# que se empolga, com pé no chão

Falamos com **alto-astral**: **entusiasmo**, **bom humor**, uma **linguagem estimulante**. Tudo isso faz parte do nosso repertório verbal. É o **copo meio cheio**. É um **olhar otimista**. É uma **palavra de incentivo**, que desperta vontade de se juntar aos grupos e aos desafios disponíveis.

## **Armadilhas:**

Se empolgar demais e esquecer que somos um negócio que lida com as expectativas das pessoas, com dinheiro público e privado e processos delicados, e que, por tudo isso, precisa ter o pé no chão e passar responsabilidade e maturidade profissional.

# que se empolga, com pé no chão

## ● O que empolga, com pé no chão?

- deixar claro os benefícios: você ganha, todo mundo ganha
- explorar expressões de efeito, comemorações e celebrações a cada conquista
- mostrar os impactos, com dados reais, números e resultados
- ser sóbrio na forma de se comunicar, consciente de sua responsabilidade
- ser objetivo e rápido na comunicação, porque ninguém tem tempo a perder
- simplicidade na execução e na compreensão (plain language é empolgante)

## ● O que não empolga?

- trazer euforia na forma de falar, com exageros e excessos
- usar elementos de uma linguagem teen ou infantilizada (muitos gifs, emojis, exclamações, abreviações)
- prometer o que não é possível cumprir
- falar demais, com muitas informações e textos longos
- fomentar polêmicas e discussões vazias
- complexidade (juridiquês e tecniquês não são empolgantes)

### **Sempre refletir:**

“Esse conteúdo me dá vontade de participar?  
Ou será que exagerei aqui?”.

# que se empolga, com pé no chão

- Não sabe o que tá perdendo??!!!!
- Descubra o que você pode ganhar.
  
- Muuuitos prêmios. Muuuitas vantagens!! E muitas chances de levar!!!
- Você contribui com o país e ainda pode ganhar prêmios por isso.
  
- A hora de inovar chegou! É sua hora. Não fique de fora!
- 5.275 servidores já participaram. Que tal se juntar também?



Linguagem positiva tem mais apelo do que negativa. Prefira discursos afirmativos, com vocabulário construtivo, e explore a 2ª pessoa do singular.



Exageros não são bem-vindos, nem na abordagem, nem na quantidade de texto, nem no vocabulário, nem na pontuação.



Linguagem varejão não é nossa cara. Explore dados, fatos, argumentos e um tom convidativo em vez de um apelo exagerado.

# que descontraí, mas é sério

Preferimos uma linguagem mais **coloquial em vez do formal**. Mais **próxima do conversacional**. Nada pedante, nem acadêmico. Mas se liga: não maltratamos o português. Precisamos **passar credibilidade** e, para isso, levamos muito a sério o que fazemos, o que escrevemos e o que falamos. Quem disse que não dá pra casar seriedade com um conteúdo leve e gostoso?

## **Armadilhas:**

Num extremo, passar do limite na descontração e se tornar bobo e sem graça. No outro, ser sério demais e cair numa linguagem que todos estamos mais acostumados a consumir: o literário, o acadêmico, o erudito, o politicamente “correto”.

# que descontraí, mas é sério

## ● O que descontraí, mas é sério?

- ser agradável e próximo, como numa conversa de amigos
- ser informal, mas não passar do limite com construções chulas
- adotar linguagem cotidiana, coloquial
- respeitar todas as regras do português, mas com liberdade para não formalizar demais o discurso
- chamar pelo nome e personalizar a comunicação sempre que possível

## ● O que não descontraí?

- ser professoral, com termos formais ao extremo
- ser pedante, do tipo que dá preguiça de ler ou consumir
- ser excessivo na comunicação, com longos textos e repetições
- explorar gírias e expressões só porque são cool e “todo mundo tá usando”
- adotar linguagem de guetos ou de grupos específicos
- fazer brincadeiras, piadinhas ou gracinhas desnecessárias (sobretudo em memes e linguagem interneteira e startapeira)
- empregar termos estrangeiros só porque são fancy – priorize o português

### **Sempre refletir:**

“Está uma abordagem legal? Ou será que estou pegando pesado na informalidade aqui?”

# que descontraí, mas é sério

- Prezada Camila, este é seu formulário de acesso ao Desafios
- ~~Você~~ <sup>2.0</sup> está no Desafios 2.0. E que bom ver você aqui!
  
- É dá hora esse lance de inovar. Partiu?
- Legal que você topou o desafio. Vamos começar?
  
- Chegamos no timing. Vamos juntinhos?
- Você cumpriu seu desafio no prazo. Continue assim!



Evitamos o corporativismo e abordagens formais desnecessárias. Busque sempre pela maneira mais simples e leve de se comunicar.



Nosso tom descontraído não ultrapassa o limite do profissionalismo, com expressões descoladinhas. Usamos uma descontração comedida, como em uma reunião de trabalho entre colegas que se conhecem há algum tempo.



Expressões em outras línguas e diminutivos são armadilhas de uma linguagem descontraída e amigável. Não caia nessa. Dá pra ser amigável sem ser íntimo.

# Tom de Voz Desafios 2.0 | One Page

## que questiona

Criamos **interações**: entre a ENAP e os servidores; entre os servidores e a sociedade civil; entre as pessoas como um todo. E fazemos isso **estimulando diálogos**, sejam digitais ou pessoais – a forma mais eficiente que encontramos de **engajar**, **mobilizar**, **ensinar** e **movimentar** as pessoas, para que saiam do lugar e descubram mais de suas potencialidades.

## que se empolga

Falamos com **alto-astral**: **entusiasmo**, **bom humor**, uma **linguagem estimulante**. Tudo isso faz parte do nosso repertório verbal. É o **copo meio cheio**. É um **olhar otimista**. É uma **palavra de incentivo**, que desperta vontade de se juntar aos grupos e aos desafios disponíveis.

## que descontraí

Preferimos uma linguagem mais **coloquial em vez do formal**. Mais **próxima do conversacional**. Nada pedante, nem acadêmico. Mas se liga: não maltratamos o português. Precisamos **passar credibilidade** e, para isso, levamos muito a sério o que fazemos, o que escrevemos e o que falamos. Quem disse que não dá pra casar seriedade com um conteúdo leve e gostoso?

## Complementaridade

**Os tons de voz são complementares.** Isso significa que os criativos e produtores de conteúdo não precisam definir se vão aplicar o tom que questiona, que se empolga ou que descontraí. O conteúdo pode transmitir todos eles ou destacar um mais que o outro. E nem sempre é possível expressar o tom de voz de uma marca (como em microtextos, por exemplo).

A reflexão correta é: **“meu conteúdo joga contra algum tom de voz?”**.  
Se jogar, estamos no caminho errado.

O que você espera desse desafio? Porque nós já estamos esperando você! **Vamos nessa?**

questiona e engaja

empolgante

engaja

descontraí

engaja

# Esferas de Personalidade e Persona

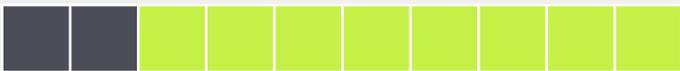
**As esferas de personalidade são conjuntos de características comunicacionais, intelectuais, socioculturais, didáticas e de energia que explicitam melhor nossas atitudes em relação à nossa comunicação e ao nosso jeito de agir, complementando nossos tons de voz.**

**Por meio da persona, essas esferas ficam ainda mais tangíveis e fáceis de serem interpretadas.**



## Esfera de energia

SERENO ENTUSIASMADO



NEGATIVO POSITIVO



INTROSPECTIVO EXPANSIVO



SÉRIO BEM-HUMORADO



CALMO AGITADO



## Por dentro dessa Esfera

Adotamos um discurso pra cima, com energia e alto-astral e escolhemos vocabulário e estruturas afirmativas. Trazemos doses de bom-humor sempre que possível, mantendo pontos de seriedade em nossos discursos.

### Exemplos:

Que legal ter você aqui!

Você ainda tem uma tarefa para terminar.

Legal! Vamos percorrer o próximo passo juntos.

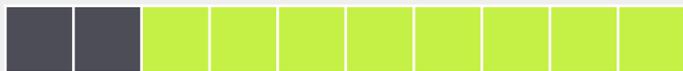
Você está mais pra vencer do que pra perder :)

## Esfera de intelectualidade

Escolha de palavras e estruturas:

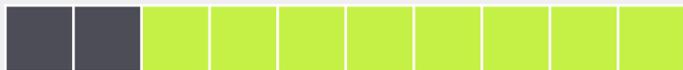
COMPLEXAS

SIMPLES



RARAS

COMUNS



DENSAS

DIRETAS



## Por dentro dessa Esfera

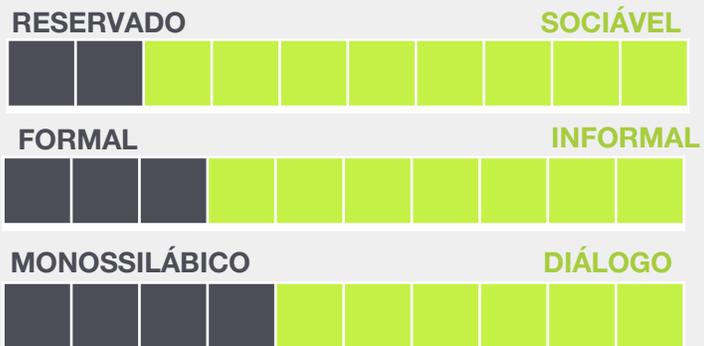
Escolhemos palavras mais simples, curtas, do dia a dia, em vez de longos advérbios, palavras compostas e vocabulário que ninguém usa no cotidiano. Sabe aquela palavra que você ouve bem de vez em quando, em conversas com aquele seu amigo intelectual? Não usamos essas palavras.

### Exemplo:

**De:** Neste dia de hoje, trabalharemos predominantemente explorando os obstáculos que enfrentamos na gestão de situações públicas atípicas.

**Para:** Hoje, vamos explorar os desafios que temos na gestão pública.

## Esfera comunicacional



## Por dentro dessa Esfera

Nossa comunicação é muito mais próxima de uma conversa despretensiosa e informal do que de um discurso presidencial. Se precisamos discorrer sobre algum assunto, discorreremos, mas com objetividade e precisão, sem ter que ir e voltar várias vezes ou repetir informações já ditas.

### Exemplo:

Olá! Vimos que você evoluiu em seu desafio. Por isso, decidimos te bonificar com 2 mentorias grátis. Quer aproveitar já na sua próxima fase?

“Olá” >> sociável

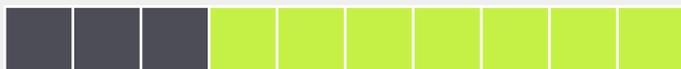
“Quer aproveitar” e “grátis” >> mais informais

Diálogo em vez de objetividade extrema

## Esfera da didática

ANALOGIAS

ARGUMENTOS



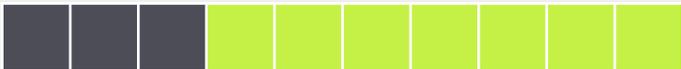
EXPLIC. DIRETA

EXPLIC. EM CAMADAS



AFIRMA

QUESTIONA



## Por dentro dessa Esfera

Exploramos muito mais argumentos, com dados, números, estatísticas, quando disponíveis, do que metáforas, analogias e figuras de linguagem – mas repare que elas não estão proibidas. E questionamos bastante: essa é uma característica do nosso tom de voz. Já nossas explicações variam e podem ser feitas de forma bastante direta, sendo objetivos, ou em camadas, uma a uma, até que a transmissão do conhecimento aconteça.

### Exemplo:

Estamos evoluindo. Vamos continuar?

Passo 01: responder o questionário de 12 perguntas

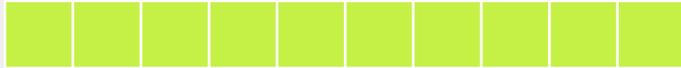
Passo 02: fazer o upload do documento na plataforma

Passo 03: comemorar a conclusão da etapa :)

## Esfera sociocultural

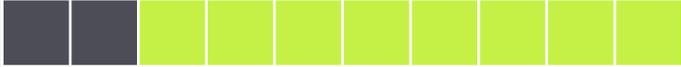
ÍNTIMO

RESPEITOSO



DISTANTE

PRÓXIMO



DIRETO

SEMPRE CORDIAL



## Por dentro dessa Esfera

Somos próximos, sim, mas não ultrapassamos os limites forçando uma intimidade. Pelo contrário: respeitamos as pessoas e seus espaços. E sempre que possível, demonstramos que temos bastante educação no trato com as pessoas, com cumprimentos e despedidas, evitando ser diretos demais a ponto de soar frios, grossos e distantes.

### Exemplo:

Olá, Camila. Bom dia! Esperamos que tenha aproveitado a Oficina de ontem. Conte com a gente se precisar de mais informações. Estamos aqui por você.

persona



### Perfil pessoal e profissional:

- Mulher, 38 anos
- Mora em Brasília
- Professora de Design na UnB, tem ótima didática e coordena o programa de bolsas de inovação na universidade
- Palestrante convidada do TED
- Mentora da Hyper Island

### Como professora universitária:

- É próxima dos alunos: adora tomar um café com eles na cantina
  - É séria dentro da sala de aula e cobra entregas de qualidade
  - Tem uma didática excepcional: ninguém fica com dúvidas
  - Incentiva os alunos a descobrirem seus potenciais
  - Se relaciona bem com seus superiores e é admirada por eles
  - Mantém a compostura profissional quando em reuniões administrativas
  - É zero professoral: fala de igual pra igual enquanto divide seus conhecimentos
- 

### Como palestrante do TED:

- Se comunica claramente
  - Escolhe bem as palavras, evitando linguagem técnica
  - É educada, diz oi, boa noite e tchau e fala no ritmo das pessoas
  - Tem uma narrativa lógica, sequencial e estruturada
  - Demonstra domínio nos assuntos que aborda
  - Descontra sempre que pode, tirando sorrisos da plateia
  - Interage com muitas perguntas, mesmo que retóricas
  - É bastante coloquial e conversacional
- 

### Como mentora da Hyper Island:

- Deixa a energia do grupo lá em cima enquanto facilitadora e mentora
- Busca estar bem próxima dos grupos com quem se relaciona e os acompanha de perto
- Usa expressões de incentivo o tempo todo, para não deixar ninguém desanimar
- Tenta abordagens diferentes, sempre que consegue um espaço
- Cria e recria métodos até chegar no modelo ideal

# Território de Palavras

É uma lista de palavras das quais o Desafios 2.0 pode (e deve) se apropriar na comunicação, para ganhar mais relevância e construir sua identidade mais forte e presente, criando uma conexão identitária maior.

Todo mundo tem uma  
palavra que é sua  
**marca registrada®.**

**Dreams**

**Magic**

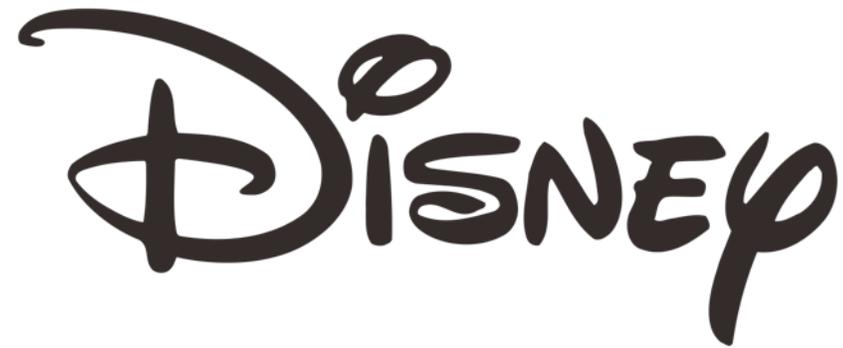
**Kingdom**

**Creativity**

**Fantasy**

**Smiles**

**Generation**

The image shows the classic Disney logo in a black, stylized script font. The word "Disney" is written in a cursive style, with a large, decorative 'D' that has a small circle above it. The letters are connected and have a slightly irregular, hand-drawn appearance.

## Vai escrever em nome dos Desafios 2.0?

Nosso conteúdo tem um formato próprio, que é diferente do seu estilo pessoal, provavelmente. Esse vocabulário nos ajuda a aumentar a consistência da nossa comunicação.

### **Verbos que remetem ao que fazemos de melhor:**

conectar  
inovar  
transformar  
fazer  
construir  
conhecer  
solucionar  
cocriar  
aprender  
evoluir  
viabilizar

### **Atributos que aumentam nosso valor:**

conectados  
juntos  
impacto  
soluções  
conhecimento  
aprendizagem  
transformação  
aplicação

## Vai escrever em nome dos Desafios 2.0?

Nosso conteúdo tem um formato próprio, que é diferente do seu estilo pessoal, provavelmente. Esse vocabulário nos ajuda a aumentar a consistência da nossa comunicação.

**Expressões que devemos explorar  
para construir relação direta com  
nossa iniciativa:**

negócios de impacto  
inovação aberta  
aplicação prática  
transformação real

você faz [...]

Esse território é vivo e deve ser  
alimentado e editado à medida em  
que a marca for evoluindo sua  
comunicação.

# Prefira e Evite

É uma extensão do Território de Palavras.

São expressões que valorizam nossa personalidade como um todo e deixam nosso discurso mais proprietário, em contraposição àquelas que devem ser evitadas.

## Prefira e Evite

Prefira	Evite	Por quê?
processo de contratação facilitado	licitação	Porque nosso processo simplifica o desenvolvimento de projetos públicos.
participantes	proponentes	Evitamos vocabulário governamental
condições	modelagem	Preferimos palavras mais corriqueiras, do dia a dia
lançar desafio	publicar desafio	Território fica mais próximo e menos formal
sistematizar	organizar	Quando formos nos referir a processos de trabalho

Esse território é vivo e deve ser alimentado e editado à medida em que a marca for evoluindo sua comunicação.

# Elasticidade

O Tom de Voz é único e não há diferenciação entre públicos internos e externos ou canais. Isso não quer dizer que a linguagem seja engessada. Nesta ferramenta, vamos entender melhor como podemos “esticar” a informalidade dos nossos discursos dependendo do canal que estamos nos comunicando.

## Elasticidade do Tom de Voz

Numa palestra, falamos e nos comportamos de um jeito; em um bar com os amigos, conversamos e agimos de outro – mas nossa essência continua sempre a mesma; é o mesmo DNA.

Tenha isso em mente sempre que for produzir qualquer comunicação para o Desafios 2.0.

### régua de elasticidade: + formal, - formal



Isso significa que podemos variar nossos tons de voz? Não. Que eles se adaptam ao público e ao canal, mas não desconfiguram nosso jeito de ser e de falar. Na dúvida, vá pelo mais seguro.

# Manual de Redação

**Neste capítulo, encontramos regras e diretrizes de escrita no nível mais operacional possível. Entenda nossos padrões e estilos e mantenha a consistência de cada tipo de conteúdo, para construir mais valor em nossas comunicações.**

## Características da redação

### Clareza

Prefira sempre textos mais simples do que complexos. Não precisamos “falar bonito” ou de forma intelectualizada para estabelecer a comunicação. Frases curtas, mais pontos finais que vírgulas, preferência pela ordem direta, paralelismo sintático e semântico nas orações. Tudo isso garante mais clareza aos seus textos.

---

### Objetividade

Vá direto ao ponto em seus textos, sem longas introduções, textos muito extensos e advérbios e adjetivos dispensáveis, que só fazem aumentar o conteúdo. Se puder explicar em um parágrafo o que está expresso em cinco, melhor. O mesmo se dá para a escolha das palavras e expressões: por que dizer “fazer a transferência” se podemos dizer “transferir”? Por que dizer “criar o conceito” se podemos simplificar para “conceituar”?

---

### Simplicidade

Quando mais simples e mais próximo do conceito da linguagem clara (*plain language*, do inglês), melhor. Nossos tons de voz se formam com base nessa característica e deve se aproximar de uma linguagem mais falada do que escrita, respeitando as regras ortográficas e gramaticais, naturalmente. Ser simples, para nós, também significa evitar as formalidades tão comuns nos órgãos públicos, como “prezados” e pronomes de tratamento, quando puderem ser deixados de fora, é claro.

---

### Correção

É obrigatória a revisão de todo o conteúdo, para garantir a correção ortográfica e gramatical de acordo com as normas do português. Nossa linguagem, no entanto, é mais próxima do conversacional e aceita determinado nível de liberdade poética e coloquialismos (como o uso do “pra”, por exemplo), mas nunca construções em desacordo com as normas da língua. Revise ortografia, concordâncias, pontuação e compreensão antes de publicar seus textos.

## Características dos textos

### Principais formatações

#### Caixas altas e baixas

As regras de uso de caixas altas e baixas seguem os padrões da língua portuguesa, mas temos boas práticas, que padronizamos em Caixa Alta e baixa, como nos nomes das Ferramentas e Modelos, e sempre caixas baixas, como nas fases, etapas e atividades.

Ex.:

- Você está na **1ª fase, etapa 01**. E esta é a **atividade 01**.
- São 03 **atividades** nesta fase: **Matriz CSD; Espinha de peixe e Mapa de empatia**.

#### Listas

Em listas, utilizamos ponto e vírgula ao final de cada frase, com ponto final na última delas.

Ex.:

- Acessar o arquivo;
- Preencher as informações;
- Salvar em .pdf;
- Submeter para avaliação.

#### Formato de data e hora

Padronize as datas:

Ex.:

- 22 de julho de 2022 | 22/07/2022

Mantenha consistência no formato dos horários de acordo com os exemplos:

Ex.:

- 10h | 10h30 (para horários)
- 30 min | 60 min | 90 min | 2h | 3h | 4h (para duração de atividades)

## Características dos textos

### Principais formatações

#### Números

Padronizamos nossos números sempre com 0 + número, para representar a jornada das pessoas.

Ex.:

- Vamos começar a 1ª etapa.
- Prepare-se para a atividade 01.

Para representar quantidades, seguimos a norma padrão da escrita de números: de zero a dez, por extenso; de 11 em diante, numerais.

Ex.:

- São seis pessoas em cada grupo.
- Tivemos um total de 12 inscritos para esse desafio.

#### Negrito

Usado para realçar palavras-chave, expressões-chave e partes do texto que precisam de destaque

Ex.:

- Este é o **principal conceito** da inovação aberta.
- **Todas as ferramentas** devem ser preenchidas durante esta etapa do projeto.

#### Itálico

Usado apenas em palavras de outros idiomas ou para destacar nomes de pessoas e obras, tais como livros, filmes, séries, referências.

Ex.:

- Gerar *insights* é uma atividade fundamental em processos de inovação.

**Obs.:** evitamos usar sublinhado para destaque de informações, considerando que *hiperlinks* são sublinhados por natureza e podem confundir as pessoas.

## Características dos textos

### Pontuação e elementos gráficos

#### Regras gerais

Aplicamos todas as boas práticas de pontuação em nossos textos, independentemente do estilo: dois pontos; ponto e vírgula; travessão; ponto final. Os elementos devem ser utilizados de acordo com suas respectivas funções.

#### Exclamação

Usamos apenas uma exclamação, quando ela se fizer necessária, em frases de efeitos, expressões, celebrações e cumprimentos.

##### Ex.:

- Olá. Bom dia!
- Vamos lá!
- Parabéns! Que conquista!

#### Parênteses

Usamos sempre que precisarmos explicar algum conceito, expressão ou adicionar informações no discurso sem ter que, necessariamente, criar uma nova oração.

##### Ex.:

- Personas (representações ideais de um tipo de usuário) são criadas para simplificar a associação que fazemos às pessoas que vão usar nossas soluções.

#### Aspas

Usadas em citações, exemplos ou para destacar palavras e expressões do texto.

##### Ex.:

- Esta é uma “situação especial” que deve ser respeitada por todos.
- “Nenhum membro do time deve ficar de fora das discussões”, reforçou o mentor.

## Características dos textos

### Vocabulário

#### Uso de outros idiomas

Só devem ser usados se não houver sinônimos no português. Sempre que usar palavras e expressões em outros idiomas, empregar itálico para destacar a diferenciação linguística.

Ex.:

- Adicione uma *playlist* ao seu projeto.
- Acessar o *template* da Ferramenta.

#### Siglas

Sempre explicar seus significados entre parênteses após sua citação.

Ex.:

- Você está na ENAP (Escola Nacional de Administração Pública).
- Esta é nossa primeira Ferramenta: a CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições).

---

#### Referências:

1. Manual de Redação da Presidência da República. Disponível para [acesso gratuito aqui](#). Acesso em 27 de junho de 2021.
2. Manual de Redação da Folha de São Paulo. Disponível para [compra aqui](#). Acesso em 26 de junho de 2021.
3. Manual de Redação do Estadão. Disponível para [acesso gratuito aqui](#). Acesso em 27 de junho de 2021.
4. Guia de Linguagem Itaú Unibanco. Indisponível para [acesso externo](#). Acesso em 29 de junho de 2021.
5. Academia Brasileira de Letras. Disponível para [acesso gratuito aqui](#). Acesso em 29 de junho de 2021.

Até mais!