

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO - PROP  
COORDENAÇÃO DO MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: LINGUAGEM E CULTURA

OSILENE XAVIER DO NASCIMENTO

**GÊNERO CURRÍCULO: ANÁLISE DA CONDUÇÃO DAS INFORMAÇÕES**

TERESINA-PI  
2020

OSILENE XAVIER DO NASCIMENTO

**GÊNERO CURRÍCULO: ANÁLISE DA CONDUÇÃO DAS INFORMAÇÕES**

Dissertação apresentada ao Programa do Mestrado Acadêmico em Letras da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, área de concentração: Linguagem e Cultura, linha de pesquisa: Estudo do texto: produção e recepção, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof. Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo.

TERESINA-PI  
2020

N244g Nascimento, Osilene Xavier do.  
Gênero currículo: análise da condução das informações / Osilene Xavier do Nascimento. – 2020.  
137 f. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual do Piauí - UESPI, Programa de Mestrado Acadêmico em Letras, Teresina - PI, 2020.  
"Linha de pesquisa: Estudo do texto: produção e recepção."  
"Orientadora: Profa. Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo."

1. Gênero currículo. 2. Organização retórica. 3. Propósito comunicativo.  
4. Comunidade discursiva. I. Título.

CDD: 469.07



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ-UESPI  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

**TERMO DE APROVAÇÃO**

**GÊNERO CURRÍCULO: ANALISE DA CONDUÇÃO DAS INFORMAÇÕES**

**OSILENE XAVIER DO NASCIMENTO**

Esta dissertação foi defendida às 10h, do dia 06 de fevereiro de 2020, como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Letras** pela Universidade Estadual do Piauí. A candidata apresentou o trabalho para a Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após a deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho Aprovado..... (Aprovado, não aprovado).

Professora Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo - UESPI  
Orientadora

Professor Dr. Benedito Gomes Bezerra (UPE / UNICAP)  
1º examinador

Professor Dr. Franklin Oliveira Silva – (UESPI)  
2º examinador – UESPI

Visto da Coordenação:

Profa. Dra. Algemira de Macedo Mendes  
Coordenadora do Mestrado Acadêmico em Letras da  
UESPI

**Rua João Cabral, Nº 2231 - Pirajá – CEP: 64.002-150 Teresina -PI**  
**Telefone (86) 3213-2547 / 3213 – 7942**

*A Deus, pois sem Ele nada seria possível.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pois em todos os momentos de dificuldades Ele me fortificou para que cada provação pudesse ser vencida, sem a sua ajuda eu jamais conseguiria chegar até aqui.

Ao meu marido, Washington, pelo apoio, pelas palavras de motivação e perseverança. Serei sempre grata por toda a união, cumplicidade e sentimentos compartilhados.

Aos meus pais, Osiel e Valda, por se fazerem presentes sempre que eu precisei, me apoiando, dando forças e condições para que eu pudesse continuar prosseguindo em meus estudos.

Aos meus irmãos, Elma, Mara e Osiel Filho, pela torcida e por todas as palavras de apoio e encorajamento.

À professora Dra. Bárbara Olímpia Ramos de Melo, minha orientadora, por toda a confiança, dedicação, carinho e compreensão. Foi uma honra ser orientada por alguém que tanto admiro e a quem serei eternamente grata!

A todos os professores do Mestrado Acadêmico em Letras da UESPI, pelo valioso compartilhamento de saberes.

Aos colegas de turma do Mestrado Acadêmico em Letras da UESPI 2018/2020, por toda a colaboração e parceria.

A CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e FAPEPI (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí), pela bolsa de estudos que me foi concedida no período do Mestrado, pois contribuiu para que eu pudesse me dedicar à pesquisa.

## RESUMO

Em geral, para a inserção e/ou promoção de indivíduos na comunidade empresarial é necessário que se produza texto do gênero currículo, pois ele tem o objetivo de apresentar o perfil do indivíduo dentro da comunidade, e, para isso, os produtores lançam mão de passos e movimentos retóricos para a organização das informações dispostas nos currículos, que vão de encontro a propósitos e estão relacionados com a comunidade discursiva na qual eles circulam. Assim, averiguamos quais os passos e movimentos retóricos foram utilizados na produção dos currículos, a fim de que os objetivos propostos pelo gênero fossem alcançados diante da comunidade empresarial, discutindo de que forma as informações são conduzidas conforme os passos e movimentos identificados, bem como os mecanismos linguísticos utilizados em sua seleção e distribuição. Para o desenvolvimento dessa pesquisa contamos com o aporte teórico de Swales (1990; 2004; 2016), que ao trazer significativas reflexões para o cenário da teoria de gêneros, nos foi de suma importância para o aprofundamento das noções de gênero enquanto eventos comunicativos, evidenciando a relevância das comunidades discursivas e dos propósitos comunicativos. Considerando tais referenciais estabelecemos inter-relações com as ideias de Bhatia (1993), Biasi-Rodrigues (1998), Bazerman (2005; 2006) e Côrtes et al (2017), que de forma complementar deram luz às questões pertinentes ao estudo de gêneros. Metodologicamente a presente dissertação tem caráter descritivo, quantitativo e qualitativo, através do qual averiguamos um *corpus* de 30 currículos que circulam na comunidade empresarial, sendo 10 direcionados a empresas industriais, 10 a empresas comerciais e 10 direcionados a empresas de prestação de serviços, verificando de que forma as informações foram dispostas nos textos coletados, identificando os movimentos/passos recorrentes, bem como os mecanismos utilizados para a seleção e organização das informações, levando em conta os propósitos comunicativos presentes e a comunidade discursiva na qual circulam. Após a realização das análises, pudemos constatar que as informações presentes nos currículos encontram-se organizadas em seis unidades retóricas, estas são compostas por subunidades desenvolvidas a partir de propósitos bem definidos, dialogando constantemente com a comunidade discursiva na qual o autor do currículo está inserido.

**Palavras-Chave:** Gênero currículo. Organização retórica. Propósito comunicativo. Comunidade discursiva.

## ABSTRACT

In general, for the insertion and/or promotion of individuals in the business community, it is necessary to produce a text of the curriculum genre, as it aims to present the profile of the individual within the community, and, to achieve this goal, producers use rhetorical steps and movements to organize the information arranged in the copies, which meet communicative purposes and are related to the discursive community in which they circulate. Given this, we aim to find out what the rhetorical steps and movements used in the production of the curriculum genre, so that the objectives proposed by the genre are achieved before the business community, discussing how information is conducted according to the steps and movements identified, as well as the linguistic mechanisms used in its selection and distribution. For the development of this research, we rely on the theoretical support of Swales (1990; 2004; 2016), that bringing significant reflections to the scene of the theory of genres, it was of paramount importance to us to deepen the notions of gender as communicative events, showing the relevance of discursive communities and communicative purposes. Contemplating such references, we establish interrelationships with the ideas of Bhatia (1993), Biasi-Rodrigues (1998), Bazerman (2005; 2006), Côrtes et al (2017), which in a complementary way shed light on gender-relevant issues. Methodologically, this study has a descriptive, quantitative and qualitative character, through which we found a corpus of 30 curricula circulating in the business community, 10 of which are directed to industrial companies, 10 to commercial companies and 10 directed to service providers, verifying what form the information was arranged in the collected texts, identifying the recurring movements / steps, as well as the mechanisms used for the selection and organization of the information, taking into account the present communicative purposes and the discursive community in which they circulate. After the analysis, we found that the information present in the copies are organized into six rhetorical units, which are composed of subunits developed from well-defined communicative purposes, constantly dialoguing with the discursive community in which the author of the curriculum is inserted.

**Keywords:** Curriculum genre. Rhetorical organization. Communicative purpose. Discursive community.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

### **QUADROS**

Quadro 1: Modelo prototípico de currículo .....	22
Quadro 2: Realização dos propósitos comunicativos .....	30
Quadro 3: Modelo CARS para introdução de artigos de pesquisa .....	31
Quadro 4: Organização retórica de resumos de dissertações .....	33
Quadro 5: Procedimento de análise de gêneros a partir do texto .....	45
Quadro 6: Procedimento de análise de gêneros a partir da situação .....	45
Quadro 7: Organização retórica dos currículos .....	53
Quadro 8: Frequência das Subunidades da Unidade 1 .....	56
Quadro 9: Frequência das Subunidades da Unidade 2 .....	61
Quadro 10: Frequência das Subunidades da Unidade 3 e 4 .....	66
Quadro 11: Frequência das Subunidades da Unidade 5 .....	71
Quadro 12: Frequência das Subunidades da Unidade 6 .....	77
Quadro 13: Unidades retóricas e propósitos comunicativos .....	80
Quadro 14: Ações de pergunta e resposta entre comunidade discursiva e candidato.....	85

### **FIGURAS**

Figura 1: Amostra de uma peça de correspondência interna da marinha.....	38
Figura 2: Níveis de descrição genérica .....	41
Figura 3: Anúncio de vaga de emprego.....	49
Figura 4: C11 .....	55
Figura 5: C12 .....	58
Figura 6: C11 .....	58
Figura 7: C21 .....	58
Figura 8: C17 .....	62
Figura 9: C22 .....	63
Figura 10: C25 .....	64
Figura 11: C29 .....	68
Figura 12: C30 .....	68

Figura 13: C19 .....	73
Figura 14: C9 .....	74
Figura 15: C10 .....	75
Figura 16: C11 .....	78
Figura 17: C3 .....	79
Figura 18: C25 .....	83
Figura 19: C1 .....	89
Figura 20: C30 .....	91
Figura 21: C12 .....	95

## **ESQUEMAS**

Esquema 1: Currículo e o marketing pessoal .....	26
Esquema 2: Cadeia de gêneros no processo de contratação de funcionários .....	86

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>1 LINGUAGEM E GÊNERO: ASPECTOS CONCEITUAIS.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Concepções de linguagem e de gêneros .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Gênero currículo .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.1 Definição e caracterização .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2.2 O currículo na comunidade empresarial .....</b>	<b>23</b>
<b>1.2.3 O marketing pessoal .....</b>	<b>25</b>
<b>2 PERSPECTIVA SWALESIANA PARA ANÁLISE DE GÊNEROS .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 O modelo CARS (Criar um Espaço para Pesquisa) .....</b>	<b>30</b>
<b>2.2 A situação comunicativa e o estudo gêneros .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.1 Noções de comunidade discursiva .....</b>	<b>36</b>
<b>2.2.2 O propósito comunicativo .....</b>	<b>40</b>
<b>3 PERCURSO METODOLÓGICO .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Caracterização da pesquisa .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Objeto de estudo e constituição do <i>corpus</i> .....</b>	<b>48</b>
<b>3.3 Definição das terminologias.....</b>	<b>50</b>
<b>3.4 Etapas e categorias de análise .....</b>	<b>50</b>
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS: ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DAS INFORMAÇÕES NOS CURRÍCULOS .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1 A organização retórica dos currículos: analisando os propósitos comunicativos.....</b>	<b>52</b>
<b>4.2 Analisando a inter-relação entre a comunidade discursiva empresarial e os currículos .....</b>	<b>81</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>98</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>100</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>103</b>

## INTRODUÇÃO

Com a revitalização da retórica clássica, nos anos de 1960-1970, aproxima-se o universo clássico do moderno, propiciando, segundo Carvalho (2005), o surgimento da Nova Retórica, que colabora para o aprofundamento das noções de propósito e contexto de produção. Têm-se, então, novas perspectivas para a descrição e análise de gêneros.

Nesse viés, os gêneros são concebidos como formas de ação social e funcionam como espelhos diante das experiências de seus usuários, ou seja, há uma necessidade comunicativa, e, através de suas vivências, os indivíduos lançam mão dos gêneros como ação mediadora dessas necessidades.

Temos, pois, que eles são convencionados de acordo com as necessidades das comunidades discursivas. Assim, para fazer uma adequada descrição e análise, é fundamental considerar o contexto de produção e uso desses gêneros, bem como os propósitos comunicativos aos quais eles se destinam.

Para o desenvolvimento da presente dissertação, consideramos, principalmente, a abordagem teórica de Swales (1990) que percebe os gêneros através das interações proporcionadas por eles, considerando seu caráter social. Nessa perspectiva, os gêneros não devem ser estudados sem que se considere o contexto de circulação, pois o contexto fornece informações que vão além da análise dos elementos linguísticos.

Miller (1984) também dialoga com essa perspectiva, considerando o caráter funcional dos gêneros diante das práticas de interação, em que funcionam como ação de resposta às demandas sociais e estabelecem um elo entre a ação e o contexto. Desse modo, “compreender os gêneros socialmente pode nos ajudar a explicar como encontramos, interpretamos, reagimos e criamos certos textos”. (MILLER, 1984, p. 151).

Considerar a situação de produção genérica nos leva às noções de propósitos comunicativos e comunidade discursiva. Estas são noções base da concepção de Swales (1990), sendo também discutidas por autores como Bhatia (1993) e Biasi-Rodrigues (1998). Para esses autores os gêneros estão estritamente ligados às comunidades nas quais circulam e são produzidos, considerando os propósitos comunicativos que objetivam cumprir.

Partindo dessas concepções, percebemos que o gênero currículo surge na comunidade empresarial como forma de resposta a uma demanda social, que é a inserção e/ou promoção do indivíduo na área profissional e/ou acadêmica, sendo que a forma pela qual o gênero é produzido influencia diretamente no alcance dos propósitos aos quais ele se destina.

Assim, a presente dissertação justifica-se pela relevância que há em se verificar quais os movimentos retóricos que estão sendo utilizados na condução das informações, para o alcance desses propósitos, uma vez que os passos e movimentos retóricos que compõem os currículos devem dialogar com os propósitos da comunidade discursiva.

Na atualidade, diversas pesquisas foram desenvolvidas com gêneros que circundam o cenário profissional e acadêmico. Podemos citar Souza e Bassetto (2014), que tratam da produção de gêneros acadêmicos.

Podemos mencionar, ainda, a pesquisa de Silva (2011), que traz a retórica do gênero entrevista de emprego, mas que também não contempla o gênero currículo, sendo que, em geral, é através do currículo que os indivíduos são selecionados para entrevistas de emprego, haja vista que tanto o currículo quanto a entrevista de emprego são gêneros que fazem parte da cadeia que viabiliza o processo seletivo para o recrutamento de funcionários realizado pelas empresas.

Podemos constatar, então, no levantamento bibliográfico que realizamos, que não há pesquisas desenvolvidas com o gênero currículo na perspectiva analítica da sociorretórica, sendo que esse gênero desempenha um importante papel social, pois possibilita a construção do perfil profissional e acadêmico de indivíduos, para que estes sejam inseridos e/ou promovidos dentro desses ambientes, assim, faz-se pertinente o desenvolvimento do presente estudo, tendo em vista a relevância do currículo no âmbito do agir social.

Considerando os aspectos anteriormente mencionados, objetivamos, nessa dissertação, investigar a forma pela qual as informações são conduzidas na produção de currículos que foram destinados à comunidade empresarial, identificando os passos e movimentos retóricos presentes e descrevendo os mecanismos linguísticos usados na seleção, organização e distribuição das informações, tendo como base as noções de comunidade discursiva e propósito comunicativo.

A fim de alcançarmos os objetivos propostos nesse estudo, organizamos a presente dissertação em quatro (4) capítulos, intitulados da seguinte forma: Capítulo 1 “*Linguagem e gênero: aspectos conceituais*”, Capítulo 2 “*Perspectiva swalesiana para análise de gêneros*”, Capítulo 3: “*Percorso metodológico*” e Capítulo 4: “*Análise dos dados: organização e condução das informações nos currículos*”.

No primeiro capítulo tratamos das noções basilares de linguagem e gênero, abordando, ainda, aspectos da definição e caracterização do gênero currículo. No segundo, discutimos sobre as concepções de Swales no que se refere ao estudo e análise de gêneros. O terceiro capítulo traz o percurso metodológico que traçamos para chegarmos aos resultados obtidos. O quarto capítulo apresenta os resultados aos quais chegamos através das análises dos dados coletados. No item referente às considerações finais, apresentamos as conclusões a que chegamos após as análises.

## 1 LINGUAGEM E GÊNERO: ASPECTOS CONCEITUAIS

Diariamente nós estamos expostos a diversas situações comunicativas, e, diante destas, desenvolvemos diferentes formas de interagir socialmente. Para tal, alteramos nossos discursos orais ou escritos como forma de produzir linguagem. Para Bezerra (2017, p. 13) “o gênero não é *ou* discursivo *ou* textual, mas é simultaneamente indissociável tanto do discurso quanto do texto e seria um equívoco reduzi-lo a qualquer um desses polos”, ou seja, os gêneros estão intimamente ligados à comunicação e à linguagem, aos discursos e textos que produzimos para nos comunicar e interagir com o outro.

Em conformidade com a dinamicidade da linguagem e das formas de comunicação, os gêneros podem sofrer transformações ao longo dos tempos, a fim de suprir novas necessidades comunicativas. No caso do gênero aqui estudado, as cartas de apresentação deram lugar para os currículos, uma construção mais elaborada e condizente com os propósitos aos quais se destina.

Partindo dessas premissas, o presente capítulo aborda aspectos que permeiam as concepções de gêneros atreladas aos estudos da linguagem, iniciando pelo diálogo com as concepções basilares de linguagem e de gêneros, e, posteriormente, tratando de especificidades do gênero que utilizamos para a realização desse estudo, o currículo.

### 1.1 Concepções de linguagem e de gêneros

Os estudos sobre a linguagem apontam para a inviabilidade da existência de uma sociedade sem que haja comunicação, pois através dela interagimos com o outro e nos tornamos seres sociais. Assim, estabelecer comunicação só é possível através dos gêneros, pois é por meio deles que produzimos linguagem.

Desde os estudos de Bakhtin (2000), que deu ênfase ao dialogismo como elemento constitutivo da linguagem, a percebemos como um produto social de comunicação, possibilitando a interação através do diálogo, pressupondo o outro ao produzirmos enunciados, para que haja uma significação coerente.

Nessa perspectiva, a relação dialógica indica que a linguagem ganha vida através da comunicação com o outro, no processo de interação social, excluindo abordagens individualistas. Quando produzimos enunciados orais ou escritos, os

produzimos com o intuito de compartilhar informações com o outro, assim, quando decidimos fazer um currículo, por exemplo, não o fazemos sem propósitos claramente definidos, possuímos objetivos e esses objetivos pressupõem o interlocutor.

Os gêneros estão presentes em todas as nossas ações comunicativas. Bakhtin (2000, p. 302) explica que “se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível”. Dessa forma, utilizamos os gêneros para mediar nossa comunicação, eles são vários e circulam em diversas esferas sociocomunicativas.

As atividades que desempenhamos diariamente, relacionadas à linguagem, estão ligadas às formas pelas quais interagimos nessas esferas, considerando aquilo que pretendemos comunicar, e, para tal, atuamos através dos gêneros já utilizados em determinada situação.

Essa definição entende os textos como advindos de um processo linguístico-discursivo, no qual os gêneros estão a serviço de uma comunidade para determinados fins, isto é, de que eles são construções sociais *relativamente estáveis* que mantém entre tema, conteúdo e estilo um constructo que visa atingir os objetivos comunicativos de uma sociedade e orientam o modo de ser e agir frente às demandas sociais.

A contemporaneidade suscita-nos a desenvolver habilidades comunicativas que nos permitam interagir com as novas formas de produzir linguagem, nos proporcionando uma participação efetiva diante da dinâmica social. Assim, para que um indivíduo possa se expressar através de textos e estabelecer interação com o outro é necessário a utilização dos gêneros em suas diversificadas formas.

Segundo afirma Bazerman (2006, p. 23), os

Gêneros não são apenas formas. Gêneros são formas de vida, modos de ser. São *frames* para a ação social. São ambientes para a aprendizagem. São os lugares onde o sentido é construído. Os gêneros moldam os pensamentos que formamos e as comunicações através das quais interagimos. Gêneros são os lugares familiares para onde nos dirigimos para criar ações comunicativas inteligíveis uns com os outros e são os modelos que utilizamos para explorar o não-familiar.

São visíveis os aspectos que demonstram que os gêneros não são apenas molduras imóveis, mas sim estruturas vivas e maleáveis. Eles são concebidos como forma de ação social e utilizados como instrumento de mediação entre as diversas formas de comunicação, o que nos possibilita agir com a linguagem em situações determinadas.

Através das transformações sociais, os gêneros e a forma pela qual são vistos também passam por transfigurações, pois é a própria interação em sociedade que promove a evolução da língua e a constituição das novas formas de linguagens, fazendo com que novos gêneros de textos emergam constantemente.

Considerando tais aspectos, quando tratamos do estudo e análise de gêneros é preciso levar em conta a forma pela qual os indivíduos se comportam linguisticamente, seja em ambientes acadêmicos ou profissionais. Nesse sentido, deve-se considerar o caráter sociointerativo que circundam as produções e os usos que se fazem dos gêneros em contextos diversos.

Bazerman (2006, p. 84) menciona que

Os gêneros nos ajudam a navegar dentro de complexos mundos da comunicação escrita e da atividade simbólica, porque, ao reconhecer uma espécie de texto, reconhecemos muitas coisas sobre a situação social e institucional, as atividades propostas, os papéis disponíveis do escritor e do leitor, os motivos, as ideias, as ideologias e o conteúdo esperado do documento e o lugar onde isso tudo pode caber em nossa vida.

Nessa forma de ver e estudar os gêneros é necessário que se considere as condições em que eles estão sendo produzidos e organizados, bem como a forma pela qual as informações se organizam, pois os elementos cotextuais estão intrinsecamente ligados aos elementos contextuais. Quando há a modificação do contexto as formas cotextuais dos textos também passam por alterações.

Considerar a instabilidade dos gêneros, e sua natureza “relatividade estável” nos permite verificar que não há como estabelecer uma classificação estática para eles, pois a capacidade criativa humana evolui constantemente na produção de linguagem e os gêneros tendem a acompanhar tal evolução.

Quanto a isto, Bazerman (2006) explica que ao tentar estabelecer uma classificação estática de gêneros, há o risco de acabarmos por reduzi-los, pois estando eles atrelados às atividades socioculturais, precisam ser vistos como formas

de ação social. Sabemos que a sociedade está em constante evolução e frequentemente surgem novas necessidades e os modos de fazer linguagem vão se aperfeiçoando para atender às atuais formas de interação, assim, o agir social e a produção de gêneros vão se complementando e evoluindo conjuntamente.

Por mais que os gêneros tenham características específicas que não podem ser modificadas aleatoriamente, devemos vê-los como formas dinâmicas e maleáveis, até mesmo por conta de que, uma vez sendo utilizados em sociedade, estão sujeitos a acompanhar as transformações ao longo dos tempos. Assim, não se deve olhá-los como estruturas estanques.

Entendemos que existem aspectos caracterizadores dos gêneros, e esses aspectos não podem ser modificados de forma aleatória, pois perderiam a sua essência, mas cada indivíduo possui características individuais que se tornam visíveis nos textos de um gênero.

Nessa perspectiva, podemos afirmar que eles comportam essa utilização maleável e dinâmica, em que, a partir do conhecimento que se tem acerca de um gênero, há, no processo de produção do texto, a possibilidade de inserção ou exclusão de determinados elementos, de forma a deixá-lo mais direcionado à necessidade comunicativa a qual ele atenderá.

Miller (1994), em seus estudos de gêneros, também os concebe como formas de ação social e os comprehende socialmente, considerando o seu caráter funcional e reconhecendo a existência de “*recorrências*” e “*ações retóricas*” para chegar à noção de “*ações retóricas tipificadas*” (p.24), o que nos possibilita compreender que a sua utilização é essencial nas práticas de interação, pois funcionam como ação de resposta para situações recorrentes de âmbito social. Quando se reconhece uma situação, há também o reconhecimento das ações retóricas típicas, realizadas em determinado contexto.

Assim, além de uma resposta, o gênero estabelece uma ligação entre a ação e o contexto, em que se considera a cultura, a situação, e a existência de outros gêneros, dessa forma, ele estabelece um elo entre as ações dos indivíduos e os contextos. Devemos considerar, ainda, que ao mesmo tempo em que os indivíduos constroem o contexto, também são construídos por ele, pois há uma inter-relação entre ambos.

Nesse viés, os gêneros funcionam como espelhos diante das experiências de seus usuários. Nesse caso, o gênero trata-se, pois, da efetivação dessas

experiências, ou seja, há uma necessidade, e, através de suas vivências, os indivíduos lançam mão dos gêneros como ação mediadora dessas necessidades, considerando seus aspectos contextuais e funcionais nos atos comunicativos.

Para Miller (1994, p. 29) “o sucesso da comunicação teria como requisito que os participantes compartilhassem tipos comuns; isto é possível na medida em que os tipos são socialmente criados”. Para a pesquisadora, as convenções discursivas derivam das ações retóricas tipificadas, que podem ser identificadas e reproduzidas por meio das regras, fundindo formas e substâncias.

A abordagem teórica de Swales (1990) também considera o caráter social da linguagem e, consequentemente, dos gêneros. Para ele a linguagem é uma forma de interação entre os sujeitos, tendo, assim, natureza social. Em sua visão de gêneros, Swales (1990, p. 58) afirma que “um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos membros compartilham certo conjunto de propósitos comunicativos”. Nessa classe de eventos comunicativos há o objetivo de se cumprir propósitos, de acordo com as demandas sociais, e, a realização desses propósitos é possibilitada através dos gêneros.

No caso do gênero currículo, objeto de estudo da presente pesquisa, ele é produzido como forma de atendimento a uma necessidade sociocomunicativa bem específica. Em relação aos currículos que circulam na comunidade empresarial, por exemplo, podemos dizer que eles desempenham a função social de apresentar o perfil de candidatos às vagas de emprego ofertadas pelas empresas.

Temos, então, a necessidade da conquista de um emprego e empresas que precisam avaliar os indivíduos a serem recrutados para ocupar os cargos ofertados. Nessa situação, lança-se mão do currículo, para interagir com essa demanda social e atender às necessidades comunicativas dos interlocutores.

Ressaltamos que a visão swalesiana de gêneros será vista de forma mais detalhada no capítulo 2 desta dissertação. No tópico seguinte tratamos especificadamente do gênero que utilizamos como objeto de estudo.

## 1.2 Gênero currículo

O gênero currículo surge na comunidade empresarial como forma de resposta a uma demanda social, de inserção e/ou promoção do indivíduo na área profissional

e/ou acadêmica. Ele desempenha um importante papel social, pois possibilita a construção de um perfil profissional dentro da comunidade na qual circula.

Ao disponibilizarem vagas de emprego, as empresas realizam o recrutamento de candidatos que passarão por uma seletiva até que possam compor o quadro de funcionários da empresa. Nesse processo, Bartho e Azeredo (2016) explicam que o currículo é produzido para mediar as necessidades comunicativas dos interlocutores, e é, principalmente, por meio dele, que o perfil dos candidatos é analisado.

Apresentamos, pois, nesse tópico, alguns aspectos definidores e caracterizadores desse gênero, percorrendo sua relevância na comunidade empresarial, bem como a forma pela qual ele desempenha a função de promover o marketing pessoal do candidato. Vale ressaltar que o currículo é utilizado em diversas comunidades discursivas, mas a selecionada para compor o presente estudo foi a comunidade empresarial.

### 1.2.1 Definição e Caracterização

O currículo é utilizado como uma prática social em que os usuários visam apresentar uma imagem de si mesmo, como uma forma de marketing pessoal eles constroem o seu perfil através desse gênero. Os currículos são utilizados em contextos tanto acadêmicos quanto profissionais, a fim de inserir e/ou promover seus usuários nesses ambientes.

De acordo com a percepção de Bazerman (2005, p. 31), em relação aos processos que levam ao surgimento dos gêneros, eles

emergem nos processos sociais em que pessoas tentam compreender umas às outras suficientemente bem para coordenar atividades e compartilhar significados com vistas a seus propósitos práticos. Os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual. São parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais.

Para cumprir determinado propósito comunicativo, o currículo surge com o intuito de apresentar informações que caracterizam o perfil de seus usuários. Os dados que o constituem são compostos por informações que contemplam desde aspectos relacionados à formação dos indivíduos, até suas realizações como profissionais. Contendo, ainda, em determinados casos, aspectos específicos da

personalidade dos usuários, a fim de estabelecer ligações com os objetivos de seus respectivos interlocutores.

E, é em diálogo com esta visão, que consideramos o currículo como sendo fundamental para a inserção e/ou promoção de indivíduos nas comunidades nas quais ele circula, uma vez que funciona como mediador da interação entre os membros dessas comunidades.

Segundo a noção de domínio discursivo e classificação tipológica de Marcuschi (2008), o currículo se encaixa na área profissional, área esta em que podemos encontrar outros gêneros específicos dessa esfera comunicativa que contribuem para a constituição da comunidade discursiva empresarial.

Com relação às características que circundam a sua produção, Côrtes et al (2017, p.1) explicam que

Considerado um gênero secundário, devido ao seu uso entremeado por instituição empregatícia, há um agrupamento de diversas sequências tipológicas, como, por exemplo: descritiva, ao marcar data e/ou ao descrever dados pessoais; expositiva, ao dispor informações consideradas relevantes e; por fim, as duas últimas menos frequentes: argumentativa, haja vista a necessidade de uma linguagem concisa e objetiva; assim como a injuntiva, caso o sujeito queira saudar ou fazer referência ao empregador.

Percebemos, pois, a existência de diversos elementos que são utilizados na construção desse gênero e ressaltamos que a adequada seleção de recursos linguísticos para a constituição de um currículo colabora diretamente para que o gênero possa cumprir sua função dentro da comunidade discursiva.

A seleção e organização dos recursos linguísticos que irão compor o texto do gênero interagem com o contexto no qual ele será utilizado, com a experiência de seu produtor, bem como com os propósitos comunicativos imbricados na situação de uso.

A constituição de um gênero acompanha os propósitos da comunidade, o que pode resultar em uma variação dos passos/movimentos presentes na produção do gênero, pois cada comunidade apresenta propósitos que podem se assemelhar, mas que também podem se diferenciar em determinados aspectos discursivos.

Acompanhando os critérios das comunidades empresariais, o currículo caracteriza-se por apresentar de forma sucinta as competências e conhecimentos de indivíduos que almejam ocupar cargos ofertados pelas empresas. Nele são expostas

informações que possibilitam aos profissionais responsáveis analisar e identificar o perfil profissional dos candidatos.

Assim, considerando os interesses da comunidade discursiva, o modelo prototípico que se espera de um currículo, conforme Bartho e Azeredo (2016) está disposto no quadro abaixo.

**Quadro 1 - Modelo protótipo de currículo**

<b>Layout básico</b>
<b>Nome completo</b>
<b>Dados pessoais</b>
Nome, endereço, telefones e e-mail; não é necessário inserir números dos documentos.
<b>Objetivo</b>
1 linha = cargo ou área; evitar objetivos muito genéricos como “Concorrer a vaga conforme minhas qualificações e necessidades da empresa”; ou “Marketing, Vendas, Tecnologia da Informação, Telemarketing, Administração”.
<b>Síntese de Qualificações</b>
Escolher as principais de acordo com a vaga; atenção ao paralelismo, dando preferência aos substantivos.
<b>Formação Acadêmica</b>
Curso, instituição e ano de conclusão (por ordem de importância: Pós-graduação, graduação, curso técnico/Ensino Médio)
<b>Idiomas</b>
Idioma e nível (não é necessário mencionar onde e quando estudou; vale mencionar certificados internacionais e cursos no exterior)
Idioma e nível (não é necessário mencionar onde e quando estudou; vale mencionar certificados internacionais e cursos no exterior)
<b>Experiência Internacional</b>
Países e motivo da viagem
<b>Experiência Profissional</b>
Período; empresa; cargo e atribuições
Mencionar apenas os cinco últimos empregos
Enfatizar promoções
Apresentar as atribuições e os resultados de forma sucinta, com atenção ao paralelismo, dando preferência aos substantivos.
<b>Cursos</b>
Escolher os relacionados à vaga/área de atuação
Mencionar tema e instituição
<b>Informática</b>
Programas e ferramentas (não é necessário mencionar cursos, instituições e datas)

**Fonte:** Bartho e Azeredo (2016 p.117).

Esse modelo agrupa as informações básicas esperadas de um currículo. Assim, quando o profissional responsável pela avaliação dos perfis dos candidatos

entra em contato com esses textos, esse é o modelo que tem em mente para encontrar informações pertinentes encontradas nesse gênero. Dialogamos no tópico seguinte sobre a importância do currículo para comunidade na qual ele circula.

### 1.2.2 O currículo na comunidade empresarial

O currículo apresenta-se na comunidade empresarial com o objetivo de expor o perfil profissional de indivíduos que almejam alcançar determinados cargos na empresa para a qual o seu perfil é destinado. É, principalmente, através desse gênero, que as empresas recrutam candidatos para formar o seu quadro de funcionários. Vemos, pois, que este desempenha um papel fundamental diante da comunidade empresarial.

Todas as informações presentes no gênero devem estar organizadas de acordo com o propósito da comunidade, pois é através do currículo que as empresas realizarão a análise do perfil dos candidatos à vaga. Assim, é de suma importância a forma pela qual as informações serão expostas, a fim de que haja sucesso no alcance do objetivo do gênero em questão.

O objetivo desse gênero na comunidade empresarial é apresentar dados sobre o candidato à vaga de emprego, para que as empresas possam fazer uma seleção de candidatos que, geralmente, em momento posterior, passarão por uma entrevista, antes de ocupar o cargo pretendido.

Nesse caso, sendo a porta de entrada para uma possível entrevista, um currículo estruturado de acordo com a comunidade para a qual é destinado é uma ferramenta fundamental para atrair a atenção dos responsáveis pelo recrutamento.

Para tal, serão explicitadas as qualificações do candidato, a fim de demonstrar estar apto a ocupar determinado cargo, em determinada empresa. No geral, as informações estão direcionadas ao setor pelo qual o candidato deseja ser admitido, pois o objetivo é demonstrar que ele entende do setor e poderá desempenhar a função que lhe for atribuída com excelência.

De acordo com a tipificação de gêneros descrita por Bazerman (2005), temos que o currículo também é uma forma tipificada, e, ao tipificar as formas, somos levados a tipificar as situações em que determinadas formas acontecem.

Na situação de recrutamento de funcionários, a ação de produção do gênero deve considerar a circunstância, a fim de direcionar os recursos utilizados. Nesse

caso, ao reconhecer as tipificações tanto do gênero, quanto da situação, produtores e analistas do currículo podem se corresponder e interagir de forma mais precisa em relação aos objetivos comunicativos imbricados nesse processo.

Este processo de mover-se em direção a formas de enunciados padronizados, que reconhecidamente realizam certas ações em determinadas circunstâncias, e de uma compreensão padronizada de determinadas situações, é chamado de *tipificação*. Assim, em algumas profissões, se desejamos conquistas um cargo, precisamos preparar um *curriculum vitae* para enumerar todos os fatos relevantes e realizações profissionais de nossa vida, além de ressaltar nossas qualidades mais desejáveis para o empregador em potencial. (BAZERMAN, 2005, p. 29).

Podemos afirmar, então, que ele possui grande relevância no âmbito profissional, pois é uma forma típica na situação de recrutamento, portanto ele possui uma organização estrutural já esperada para esse tipo de situação, facilitando o processo de comunicação, bem como a ação de resposta a uma necessidade.

Vale ressaltar que cada indivíduo possui uma forma particular de produzir linguagem, e, justamente por ser o resultado de nossa linguagem, o gênero se torna maleável, e até mesmo uma forma padronizada é passível de variação, de acordo com as especificidades de cada produtor, pois “as pessoas tentam expressar suas características individuais e tornar seus currículos de certa forma diferentes e memoráveis, para assim distingui-los dentre os demais”. (BAZERMAN, 2005, p. 30).

Ao empregar suas individualidades no texto, o produtor o torna único, e este é um dos respaldos desse gênero para a comunidade empresarial, pois uma vez que o empregador busca analisar o perfil do candidato, ele vai procurar, no currículo, as respostas das quais precisa para realizar tal análise,

De certa forma, esse tipo de gênero é o representante de seu produtor em um processo seletivo, e, portanto, tem muito a dizer sobre ele. Nesse caso, até mesmo as variações individuais acrescidas na padronização reconhecida do gênero, mostrarão aspectos característicos do candidato, pois o posicionamento e as escolhas feitas diante de uma produção genérica são frutos das experiências socioculturais de cada indivíduo.

Passemos, então, para as questões que envolvem o marketing pessoal, considerando que o candidato terá que promover o seu perfil.

### 1.2.3 O marketing pessoal

No gênero currículo, podemos perceber alguns mecanismos utilizados na seleção, organização e distribuição das informações, tais como as escolhas lexicais realizadas. Os candidatos buscam, através de seus currículos, promover uma espécie de marketing pessoal, tendo em vista que ele não se faz presente no momento da análise do perfil. Assim buscam organizar as informações de forma que o seu perfil esteja adequadamente representado.

Ao produzi-lo, o indivíduo almeja conseguir ocupar o cargo oferecido pela empresa à qual ele direciona seu perfil. Desse modo, as informações contidas devem ir ao encontro dos requisitos da empresa, e, para tal, através das informações expostas, o produtor do texto busca alcançar sucesso na promoção de seu perfil profissional. Há, pois, um marketing pessoal promovido através desse gênero.

Cada comunidade possui especificidades que as caracterizam e que fazem os gêneros que ali circulam serem reconhecidos por seus membros, e a organização das informações no gênero segue o padrão de expectativa da comunidade, considerando os objetivos comunicativos dos produtores e usuários do gênero.

Nesse caso, a partir do reconhecimento dos propósitos comunicativos, o produtor lança mão de organizações retóricas que atendam à comunidade a qual ele direciona o seu perfil, a fim de promover os dados presentes no gênero, e, consequentemente se promover através dele.

De acordo com Williams (1996, p. 27), uma definição contemporânea de retórica deve considerar que “o controle consciente da linguagem proporciona um efeito pretendido numa audiência”. Considerar este aspecto implica dizer que a linguagem é carregada de aspectos persuasivos que buscam a promoção de determinadas informações, ou seja, ao fazer uso consciente da linguagem, o locutor, em sua ação, já prevê as possíveis reações de seu interlocutor e o sucesso dessa ação depende dos efeitos causados durante a audiência.

Engloba-se, portanto, para o conceito de retórica na atualidade, as estratégias de escolha e aplicação de conteúdos, considerando a variedade dos recursos linguísticos que podem ser utilizados para a produção dos textos de cada gênero. No caso do currículo, tais estratégias linguísticas devem considerar a comunidade e

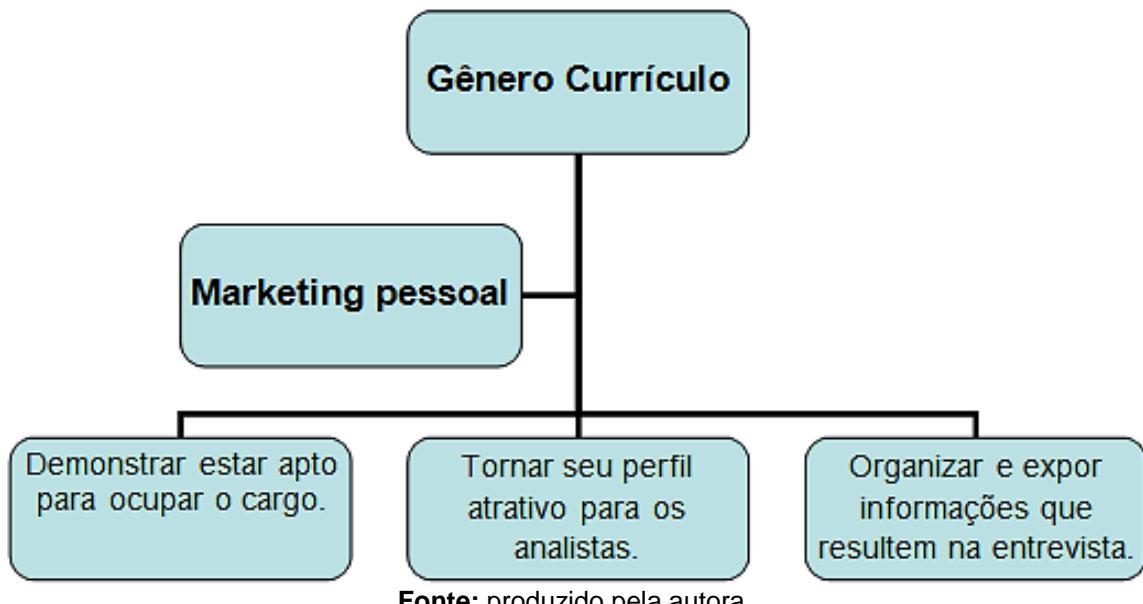
seus propósitos, para que se possa ter sucesso na promoção do perfil curricular e os objetivos comunicativos sejam alcançados.

Dessa forma, segundo Meurer (1997, p. 62), “a organização retórica de um texto diz respeito ao conjunto de recursos que o escritor usa para indicar ao leitor como seu texto se organiza e qual é a função ou funções das várias partes em relação ao todo”. Nesse viés, as ações retóricas estão atreladas às funções comunicativas dos gêneros, que, consequentemente, estão ligadas aos objetivos comunicativos dos usuários.

Tendo o objetivo da promoção do perfil, o usuário busca apresentar uma linguagem que favoreça à sua apresentação, lançando mão de recursos linguísticos que tornem a leitura mais atrativa, a fim de demonstrar que está apto a exercer com sucesso o cargo oferecido pela empresa.

Observemos o seguinte esquema:

**Esquema 1 - Currículo e o marketing pessoal**



**Fonte:** produzido pela autora.

Nesse esquema podemos observar um constructo que colabora para o marketing pessoal através do currículo, sendo desenvolvido por meio de diversos recursos linguísticos, que visam atender ao propósito da promoção do perfil.

Em relação a isso, Rizzo (2011, p.54) pontua que

O marketing pessoal consiste numa ferramenta para ser aplicada com o objetivo de colocar o produto pessoa em evidencia, torná-lo

mais competitivo e, sobretudo, permitir que, de maneira estratégica, ele transite pelos diversos ambientes transmitindo a imagem de satisfação, do conhecimento, da organização, da criatividade, da integração entre as pessoas, com elegância, comportamento e argumentação apropriados.

Em busca de tornar o perfil profissional mais competitivo, o currículo apresenta estratégias retóricas que promovem o marketing pessoal, tendo em vista que o indivíduo pretende vender a sua imagem através de um gênero específico para atender aos objetivos da comunidade.

A competitividade presente no ambiente em que esse gênero circula faz com que as estratégias utilizadas em sua produção sejam diversificadas, já que o objetivo é tornar o perfil mais atrativo aos olhos do analista e fazer com que este tenha destaque em relação aos demais, que também serão analisados.

Temos, pois, que nesse ambiente de competitividade, há a valorização desse gênero enquanto porta de entrada para o recrutamento de candidatos às vagas de emprego, e, para que os currículos ganhem destaque, o marketing pessoal se constitui como uma ferramenta que promove o perfil dos candidatos, tornando-se possível o alcance dos propósitos comunicativos em relação aos requisitos da comunidade empresarial.

No clima acadêmico e profissional competitivo de hoje, os gêneros raramente mantêm valores estáticos. Esses valores são cada vez mais explorados pelos profissionais experientes para criar gêneros mais híbridos (...). Como as demandas por práticas comunicativas se tornam cada vez mais complexas, os profissionais experientes começam a responder às novas situações retóricas utilizando estratégias estabelecidas e, mais frequentemente, muitas estratégias inovadoras para atingir uma variedade de objetivos complexos. (Bhatia, 2009, p. 169).

Os membros mais experientes de uma comunidade tendem a produzir gêneros mais elaborados, já que possuem um maior conhecimento acerca dos requisitos da comunidade, e, para o alcance dos objetivos comunicativos, laçam mão de estratégias linguísticas mais sofisticadas, e, nessa perspectiva, promover o marketing pessoal é uma das estratégias utilizadas.

Discutimos, no capítulo seguinte, acerca da forma pela qual os gêneros são concebidos por John Swales, grande estudioso e pesquisador da área.

## 2 PERSPECTIVA SWALESIANA PARA ANÁLISE DE GÊNEROS

Com os avanços nos estudos da linguagem pôde-se observá-la sob uma ótica social composta de aspectos retórico-pragmáticos. Assim, para se compreender o funcionamento dos modos de agir dos indivíduos, passa-se a considerar aspectos como: interação social, situações de uso e propósitos comunicativos.

A abordagem teórica de Swales (1990) concebe os gêneros através das interações proporcionadas por eles, considerando sua natureza social. O pesquisador defende que os gêneros não devem ser vistos fora de seu contexto de uso. Dessa forma, não podem ser compreendidos somente através da análise dos elementos linguísticos que os constituem, sem antes considerar os aspectos que permeiam suas condições de produção.

Os recursos linguísticos utilizados na produção de um texto estão diretamente ligados ao seu contexto de circulação, bem como com os propósitos comunicativos ali presentes, pois as noções de contexto e propósito guiarão o produtor do gênero.

As contribuições de Swales (1990) para os estudos sociorretóricos envolvem cinco elementos que o autor considera como caracterizadores dos gêneros. O primeiro diz respeito à ideia de que eles são classes de eventos comunicativos e esses eventos são ambientes de usos da linguagem. O segundo considera que as classes de eventos são carregadas de propósitos, alcançados através dos gêneros. O terceiro corresponde à prototipicidade, que é a relação de semelhanças entre os textos de um gênero. O quarto menciona a lógica subjacente ao gênero, em que ao reconhecer propósitos que são próprios de determinados gêneros em relação a uma comunidade discursiva, geram especificidades próprias constituintes de cada um. O quinto trata das terminologias elaboradas pela comunidade discursiva, essas terminologias marcam o conhecimento do gênero por parte de seus produtores.

Considerando esses aspectos, a definição de gênero proposta por Swales (1990, p. 58) propõe que

Um gênero comprehende uma classe de eventos comunicativos, cujos membros compartilham certo conjunto de propósitos comunicativos. Esses propósitos são reconhecidos pelos membros especializados da comunidade discursiva original e desse modo passam a constituir a razão subjacente ao gênero. A razão subjacente delinea a estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. O propósito comunicativo é um critério

privilegiado que opera no sentido de manter o escopo do gênero estreitamente ligado a uma ação retórica compatível.

Esses eventos dizem respeito às ocorrências discursivas e seus participantes. Para a compreensão dos discursos e dos contextos nos quais são produzidos e recepcionados é necessário que se considere as configurações históricas e culturais que proporcionaram a realização de determinado evento comunicativo.

Nessa abordagem, o propósito comunicativo é indispensável, pois é ele que motiva o uso da linguagem. A produção de um texto parte de um propósito e assim ele torna-se essencial para o reconhecimento dos gêneros. Ao reconhecer os propósitos, os membros de uma comunidade discursiva podem chegar aos propósitos do gênero, que vão além da forma estrutural e esquemática.

Mesmo considerando o propósito como critério privilegiado, Swales (1990) menciona a dificuldade em sua identificação, tendo em vista que muitas vezes os gêneros são constituídos por diferentes propósitos. Com o prosseguimento de seus estudos, Swales (2004) defende que os propósitos não são critérios imediatos de identificação do gênero, sendo necessário considerar a análise textual e contextual.

Na análise textual, serão levados em conta elementos como a composição estrutural, o estilo, o conteúdo e o propósito comunicativo. Após a análise dos constituintes é preciso que se analisem os aspectos contextuais, para reafirmar o propósito ou redefini-lo.

Na análise contextual, identifica-se a comunidade discursiva na qual o gênero circula, bem como seu repertório de gêneros, objetivos e elementos caracterizadores. Posterior às essas averiguações identifica-se o gênero através da definição e redefinição dos propósitos comunicativos.

Swales (1990) mostrou, através de seus estudos, que os gêneros produzidos em uma comunidade discursiva são constituídos de passos e movimentos retóricos que exercem diferentes funções na formação do todo textual, atendendo aos propósitos comunicativos da comunidade discursiva na qual eles circulam. Para demonstrar tal fato, ele propôs um modelo pelo qual os gêneros poderiam ser estudados e analisados, o modelo CARS, que veremos no tópico seguinte.

## 2.1 O modelo CARS (Criar um Espaço para Pesquisa)

De acordo com Swales (1990), para realizar os propósitos comunicativos de um gênero, é necessário que se faça a utilização do que ele chamou de *moves*, que são os movimentos retóricos realizados na produção de um gênero. Nessa perspectiva os *moves* são

responsáveis por conferir ao gênero a sua “estrutura cognitiva típica” (BHATIA, 1993, p. 30). Nos termos de Swales (2004, p. 228), *move* é “uma unidade discursiva ou retórica que realiza, dentro do discurso (...) uma função comunicativa coerente”. (BIASI-RODRIGUES; BEZERRA, 2012, p. 237).

Os *moves* podem ser identificados por meio de traços gramaticais, mas isso não implica dizer que são compostos de recursos gramaticais delimitados e/ou fixos, pois eles apresentam flexibilidade diante de sua realização e assim, para atender a propósitos comunicativos específicos, essas estruturas podem sofrer variações.

Observemos o quadro abaixo para melhor compreendermos a forma como os *moves* se realizam para atender aos propósitos comunicativos:

**Quadro 2 – Realização dos propósitos comunicativos**



**Fonte:** Askehave; Nielsen (2004, p.4).

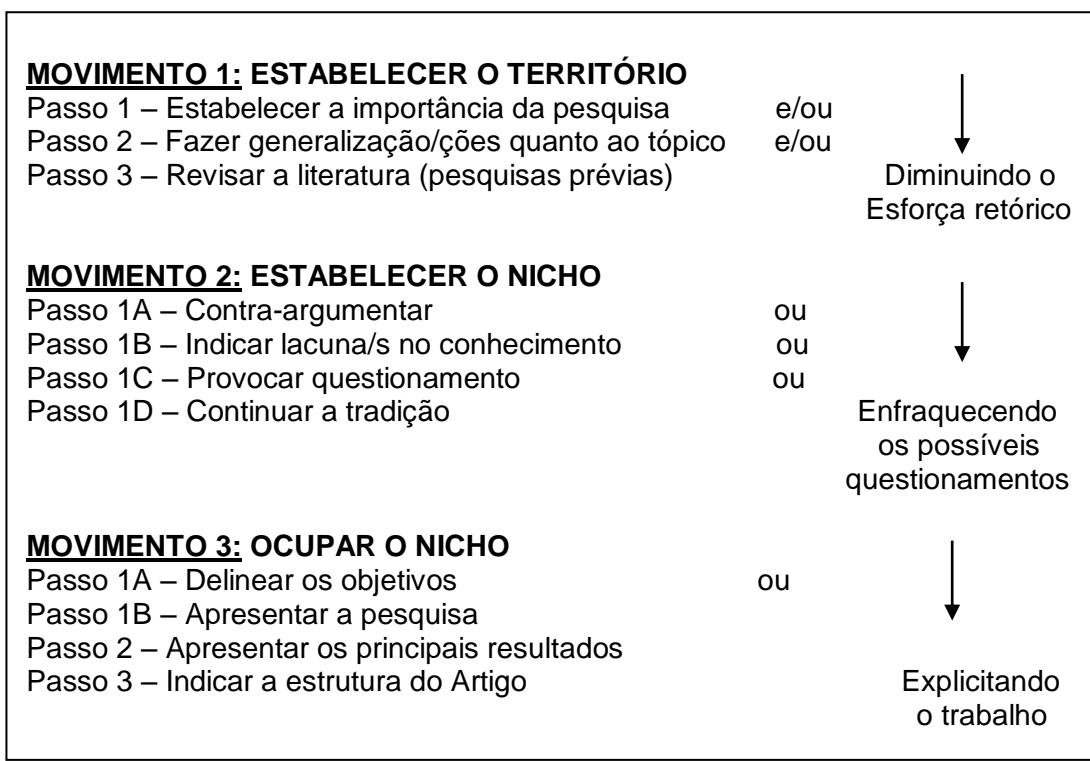
Podemos observar, a partir do quadro 2, que os propósitos são realizados por determinados números de *moves* e, por sua vez, estes se realizam por diferentes estratégias retóricas que interagem entre si. Swales (1990) denominou essas

estratégias retóricas de *steps*, que são os passos retóricos constituintes dos movimentos retóricos.

É possível demonstrar a realização dos movimentos e passos retóricos através do modelo CARS (*create a research space [criar um espaço para pesquisa]*), utilizado para a análise de gêneros, esse modelo teve início com o trabalho de Swales (1984) através de um *corpus* de 48 introduções de artigo de pesquisa, em que através das análises ele percebeu que havia a existência de quatro movimentos (*moves*).

Diante do *corpus* analisado, o pesquisador descreveu a presença dos seguintes movimentos: “movimento 1 – estabelecer o campo de pesquisa; movimento 2 – sumarizar pesquisas prévias; movimento 3 – preparar a presente pesquisa; movimento 4 – introduzir a presente pesquisa”. (SWALES, 1984, apud HEMAIS; BIASI-RODRIGUES, 2005, p. 120). Por haver dificuldades na distinção entre os movimentos 1 e 2, a classificação dos movimentos foi reformulada, dando origem ao quadro de movimentos mostrado abaixo:

**Quadro 3 - Modelo CARS para introdução de artigos de pesquisa**



**Fonte:** Swales (1990, p.141).

O modelo apresentado no quadro 3 revela uma construção textual feita a partir de três movimentos retóricos, que foram compostos por diferentes passos,

cumprindo funções específicas diante de cada movimento que se relacionam com os propósitos comunicativos do gênero.

A partir da análise do corpus, Swales (1990) mostrou que para o alcance dos propósitos comunicativos fez-se necessário que se estabelecesse o território (movimento 1); o nicho (movimento 2); e o que se ocupasse o nicho (movimento 3). No entanto, as partículas denominadas como “e/ou” e “ou” indicam que na composição de cada movimento, os passos, em alguns textos, ora apresentavam-se em conjunto (e/ou), ora apresentava-se apenas um dos passos encontrados (ou). As setas em posição para baixo indicam o movimento de organização das informações, partindo do aspecto mais geral encontrado, para os mais específicos.

Dessa forma, ao encontrar o “Movimento 1: estabelecer o território”, Swales (1990) visualizou que havia a ocorrência de um ou mais de um dos três passos encontrados. No “Movimento 2: estabelecer o nicho”, ele encontrou a ocorrência de pelo menos um dos passos retóricos mencionados, que foi representado através da marcação “1A, 1B, 1C e 1D”. No “Movimento 3: ocupar o nicho”, há a ocorrência dos passos “1A” ou “1B”, em conjunto com os passos 2 e 3.

Com esses aprimoramentos, o modelo CARS pôde atender melhor às necessidades relacionadas à descrição dos passos que compõem cada movimento. Durante o estudo, os passos foram detalhadamente descritos e subdivididos em opcionais e obrigatórios, revelando, assim, a forma pela qual são distribuídos na composição do gênero a ser apresentado para a comunidade discursiva.

Swales (1990) propôs o modelo CARS objetivando analisar a organização retórica de introduções de artigo de pesquisa, mas, através de diferentes adaptações, o modelo tem sido utilizado para a análise de diversos gêneros, como podemos ver nos trabalhos de Motta-Roth (1995) com resenha de livros acadêmicos; Biasi-Rodrigues (1998) com resumo de dissertações de mestrado; Bezerra (2002) com resenhas acadêmicas, dentre outros.

Faremos, agora, uma explanação mais detalhada em relação ao trabalho de adaptação do modelo CARS desenvolvido por Biasi-Rodrigues (1998), pois utilizamos, para a realização do estudo proposto na presente dissertação, as noções de “unidade retórica” e “subunidades” estabelecidas pela autora na organização das informações encontradas após a realização de suas análises.

O trabalho de Biasi-Rodrigues (1998) objetivou a investigação de 134 resumos de dissertação de mestrado, na área de linguística, com a finalidade de

descrever a organização retórica desse gênero através das estratégias de condução das informações utilizadas pela comunidade discursiva. Essas estratégias correspondem aos mecanismos linguísticos usados na seleção e distribuição das informações.

A análise das estratégias encontradas resultou na identificação de cinco unidades temáticas, que foram intituladas pela pesquisadora, de “unidades retóricas”. Essas cinco unidades apresentaram formas opcionais de disposição das informações. Podemos ver, no quadro abaixo, a ilustração dos resultados alcançados pela pesquisadora.

**Quadro 4 - Organização retórica de resumos de dissertações**

**Unidade retórica 1 – Apresentação da pesquisa**

- Subunidade 1A – Exposição do tópico principal e/ou
- Subunidade 1B – Apresentando o (s) objetivo (s) e/ou
- Subunidade 2 – Apresentando a (s) hipótese (s)

**Unidade retórica 2 – Contextualização da pesquisa**

- Subunidade 1 – Indicando área (s) de conhecimento e/ou
- Subunidade 2 – Citando pesquisas / teorias / modelos anteriores e/ou
- Subunidade 3 – Apresentando um problema

**Unidade retórica 3 Apresentação da metodologia**

- Subunidade 1A – Descrevendo procedimentos gerais e/ou
- Subunidade 1B – Relacionando variáveis / fatores de controle e/ou
- Subunidade 2 – Citando / descrevendo o (s) método (s)

**Unidade retórica 4 – Sumarização dos resultados**

- Subunidade 1A – Apresentando fato (s) / achado (s) e/ou
- Subunidade 1B – Comentando evidencia (s)

**Unidade retórica 5 – Conclusão (ões) da pesquisa**

- Subunidade 1A – Apresentando conclusão (ões) e/ou
- Subunidade 1B – Relacionando hipótese (s) a resultado (s) e/ou
- Subunidade 2 – Oferecendo / apontando contribuição (ões) e/ou
- Subunidade 3 – Fazendo recomendação (ões) S/ Sugestão (ões)

**Fonte:** Biasi-Rodrigues, (1998, p. 113).

Podemos ver, no quadro 4, que há a presença de cinco unidades retóricas, em que a “unidade 1” exerce a função de apresentar os aspectos principais que norteiam a pesquisa e encontra-se constituída de três subunidades; a “unidade 2” contempla a função de contextualizar os aspectos circundantes ao desenvolvimento da pesquisa, ela encontra-se preenchida por três subunidades; a “unidade 3” traz a

apresentação dos procedimentos metodológicos da pesquisa e assim como as duas unidades anteriores, também apresenta três subunidades; a “unidade 4” aponta para os resultados alcançados com o desenvolvimento da pesquisa e apresenta apenas duas subunidades; por fim, a “unidade 5”, contempla as conclusões às quais se chegou ao término da pesquisa, essa, por sua vez, apresenta quatro subunidades.

Através da análise do corpus de 134 textos do gênero resumo, realizada por Biasi-Rodrigues (1998), pudemos perceber que apesar dos indicativos de padronização de informações, há um alto índice de flexibilidade das subunidades, o que demonstra as estratégias particulares do produtor na condução das informações dispostas na composição do texto.

De acordo com Hemais e Biasi-Rodrigues (2005) há uma predominância da utilização das perspectivas de análise socioretórica de Swales (1990; 1992) em trabalhos que utilizam esses pressupostos teóricos para a análise de gêneros acadêmicos. Mas, podemos citar o estudo de Bernardino (2000) que foi realizado através de depoimentos coletados na comunidade discursiva dos alcoólicos anônimos, fora do contexto acadêmico, assim como os estudos de Bhatia (1993) que utilizou o modelo CARS para analisar *cartas de promoção de vendas*.

Percebemos, então, que através de adaptações, o modelo de análise que foi proposto por Swales (1990) pode ser aplicado a gêneros pertencentes a outras comunidades que também se enquadram nas noções de comunidade discursiva propostas por ele, e, assim, tornam-se área para estudos desenvolvidos à luz de suas ideias.

Em se tratando desta pesquisa, nos baseamos na proposta do modelo CARS, de Swales (1990), para propor um quadro descritivo do gênero currículo, considerando o âmbito profissional e a comunidade discursiva do setor empresarial.

Até aqui discutimos acerca das concepções que circundam os aspectos relacionados à linguagem e ao gênero, bem como as perspectivas para estudo e análise dos mesmos. No próximo tópico discorremos sobre a relevância de se considerar a situação comunicativa para o estudo de gêneros, ressaltando a importante contribuição das noções de comunidade discursiva e propósito comunicativo.

## 2.2 A situação comunicativa e o estudo de gêneros

Os gêneros circulam em contextos variados, atendendo a diversificadas demandas sociais, portanto, tanto o ambiente de circulação, quanto o propósito ao qual o gênero se destina devem ser considerados no ato de toda e qualquer produção textual.

Swales (1990) tratou da definição de comunidade discursiva e propósito comunicativo para explicar que os gêneros são produzidos e utilizados por membros de uma comunidade a fim de atender aos propósitos da mesma. Dessa forma, ao se estudar determinado gênero, é necessário conhecer a comunidade na qual ele circula, bem como os propósitos almejados. A concepção de gêneros ganha, portanto, perspectivas que contemplam as situações comunicativas e as especificidades socioculturais em que eles são produzidos.

Assim, ao produzirmos textos, devemos considerar a dinâmica constitutiva dos mesmos, que “funde características substantivas (semânticas), estilísticas (sintáticas) e situacionais. Essa fusão representa uma resposta retórica a demandas situacionais percebidas pelo retor” (SILVA, 2011, p. 25). Desse modo, ao se reconhecer determinado gênero, há também o reconhecimento dos discursos imbricados em sua construção em uma dada situação. Esse reconhecimento possibilita que os usuários possam usar tais características em situações retóricas similares.

Para Devitt (2004, p. 12) o que os leitores e produtores de gêneros reconhecem quando estão frente a eles são os “[...] papéis que eles exercem, os papéis que estão sendo exercidos por outras pessoas, o que elas podem conseguir pelo discurso e o que os discursos representam para elas”. Temos, então, que a definição de gênero em uma ótica sociorretórica, não deve estar pautada apenas em sua forma textual, mesmo esta tendo sua importância, mas devemos percebê-los considerando fundamentalmente o papel sociocultural implicado nas situações de produção.

Percebemos, pois, que a escolha por produzir determinado gênero está estritamente ligada às instâncias sociais de utilização, considerando a necessidade dos sujeitos, bem como os objetivos pretendidos e as convenções que regulam e oferecem base para a produção de atos comunicativos.

Considerando tais aspectos, tratamos nesse capítulo acerca das concepções de comunidade discursiva e propósito comunicativo, para que se possa compreender de que forma essas duas concepções contribuem para o estudo de gêneros. Iniciamos com as noções de comunidade discursiva, e, posteriormente, tratamos do propósito comunicativo.

### 2.2.1 Noções de comunidade discursiva

Uma das noções base da concepção de Swales (1990) em relação aos estudos de gêneros é a de comunidade discursiva, pois, para ele, os gêneros estão diretamente ligados às comunidades discursivas em que são produzidos e utilizados.

Swales (1990, p. 9) define comunidade como sendo

redes socrerétóricas que se formam a fim de atuarem em prol de conjuntos de objetivos comuns. Uma das características que os membros estabelecidos dessas comunidades discursivas possuem é a familiaridade com determinados gêneros que são usados no favorecimento desses conjuntos de objetivos. Em consequência disso, os gêneros são propriedades das comunidades discursivas, ou seja, os gêneros pertencem às comunidades discursivas e não aos indivíduos, a outros tipos de agrupamentos ou à comunidade de fala mais ampla.

Percebemos, pois, que nas comunidades os indivíduos possuem objetivos comuns e comportamentos convencionados. Hemais e Biasi-Rodrigues (2005) explicam que inicialmente Swales (1990) atribuiu seis características a essas comunidades. A primeira diz respeito aos objetivos partilhados por ela, a segunda trata da forma pela qual os membros se comunicam, a terceira se refere às funções de interação, a quarta traz a capacidade de produzir gêneros de utilização específica da comunidade, a quinta trata do léxico que a compõem, e a sexta refere-se ao conhecimento que os membros possuem em relação aos elementos linguísticos usados por ela.

Posteriormente, por não contemplar alguns aspectos, a definição de comunidade discursiva é reformulada por Swales. Na nova definição, “Swales (1998b) propõe o conceito de comunidade discursiva de lugar, como um grupo de pessoas que regularmente trabalham juntas e que têm uma noção estável, embora em evolução, dos objetivos propostos pelo seu grupo”. (HEMAIS; BIASI-

RODRIGUES 2005, p. 117). Dessa forma, percebemos que mesmo havendo noções já estabilizadas, o conceito de comunidade permanece em constante atualização.

Nessa reformulação da concepção admite-se que os membros têm participação fundamental na definição dos objetivos partilhados pela comunidade; que é essencial que se mantenha um sistema de crenças que garantam a estabilidade dos gêneros, mas que leva em conta a possibilidade de evolução dos mesmos; que o léxico pode ser expandido; e que há um nível hierárquico (implícito ou explícito) para a composição das comunidades.

Todas as transformações ocorridas dentro da comunidade são reconhecidas e validadas pelos seus membros, para que assim haja um consenso entre as práticas de produção e objetivos comunicativos. Vale ressaltar que nesse processo de reconhecimento e validação de noções dentro da comunidade, podem surgir divergências entre os membros.

A comunidade empresarial se enquadra na concepção de comunidade discursiva, pois possui conjuntos perceptíveis de objetivos; mecanismos de interação e entendimento entre os seus membros; os membros agem dentro da comunidade a fim de incrementar os gêneros produzidos; lançam mão dos gêneros como meio para alcançar seus propósitos comunicativos; possuem terminologias específicas; e estruturas hierárquicas.

Para ilustrar o papel desenvolvido pelas comunidades discursivas, Swales (2009) discute o artigo produzido por Suchan e Dulek (1990) que aborda o aspecto da clareza nas escritas utilizadas como forma de comunicação em corporações. Através dos resultados dispostos no artigo, pôde-se perceber que os padrões de clareza variam de acordo com cada organização e podem sofrer modificações dentro de uma mesma organização. Utiliza-se então o conceito de comunidade discursiva para explicar que a clareza ou não de determinada comunicação está atrelada aos hábitos linguísticos de uma comunidade.

**Figura 1 - Amostra de uma peça de correspondência interna da marinha**

COMPACMISTESTCEN PT MUGU CA MAG FOURTEEN  
 INFO COMNAVAIRLANT NORFOLK VA  
 CG GMFLANT  
 HAMS FOURTEEN  
 CG SECOND MAW  
 NAVAIRTESTCEN PATUXENT RIVER MD  
 COMNAVAIRSYSCOM WASHINGTON DC VMAQ TWO  
 UNCLAS//N13600//  
 CNAL FOR V.MARSH{CODE 53281}/MAG-14 FOR CAPT  
 WITTENBURG AND SECURITY OFFICER  
 SUBJ: REQ FOR ASSIS TO CONDUCT OEWTPS TECHEVAL  
 ON EA-6B NA/ALQ-126 A/B CONFIG AIRCRAFT  
 A. PHONCON CNAL#V.MARCH, CODE 53281}/PTMC  
 {S.NGUYEN, CODE 4046# OF 3 JUL 86  
 B. PHONCONMAG-14{CAOT, WUTTEBBYRG#PTMC{S.  
 NGUYEN, CODE 4046, HAS BEEN DIRECTED TO  
 CONDUCT A TECHEVAL  
 /4046/4040/4000/00/02/0141/60000/6001-2/6500

**Fonte:** Suchan e Dulek (1990, apud Swales, 2009, p. 210).

A mensagem apresentada na figura 1 é codificada, o que para determinadas comunidades não seria comprehensível, impossibilitando qualquer atribuição de sentido a ela, mas pôde ser compreendida pelos membros daquela comunidade específica – oficiais da marinha aos quais foi mostrada. De imediato eles compreenderam que o propósito da mensagem era solicitar uma ajuda para a realização de avaliação técnica de uma aeronave.

A linguagem usada por uma comunidade identifica seus membros e os diferenciam com relação a outras comunidades, de modo que determinado indivíduo pode ser reconhecido como sendo de uma dada comunidade através de seus hábitos linguísticos e os padrões de clareza que estão intrínsecos a esses hábitos.

Pudemos perceber, ao longo desse tópico, que mesmo com reformulações, a noção de comunidade discursiva sempre está diretamente atrelada às noções de gêneros propostas por Swales (1990) e isso ocorre pelo fato de que para ele, “os gêneros se estabelecem na e pela comunidade discursiva que, por sua vez, se mantém por propósitos comunicativos partilhados e pelo uso de determinados gêneros”. (BIASI-RODRIGUES, 1998, p. 13).

Para Swales (2016) comunidades discursivas menores influenciam e são influenciadas pelas comunidades discursivas maiores, ou seja, as relações comunicativas que são estabelecidas em uma, estão relacionadas com as produções discursivas mais amplas da outra, as constelações de comunidades discursivas dialogam entre si.

Nesses estudos, ele entende que as comunidades discursivas possuem especificidades que as diferenciam entre si, sejam pelas condições de localização, atividades desempenhadas, dentre outros aspectos caracterizadores de cada comunidade. Quanto a isto, Swales (2016) apresenta uma classificação organizada em três categorias: comunidade discursiva local, focal e “folocal”.

As comunidades discursivas locais, que o autor divide em “residencial, profissional e ocupacional” (SWALES, 2016, p. 5), são comunidades mais amplas que dizem respeito às pessoas que exercem atividades conjuntas nesses ambientes, utilizando traços linguísticos que colaboram para o entendimento entre os membros. Estes, por sua vez, adotam padrões de comportamento e valores a serem seguidos.

As comunidades discursivas focais são tipos de associações às comunidades locais, podendo, segundo o autor, serem formais ou informais, de abrangência regional, nacional ou internacional. Seus membros podem dispor de diferentes características, em relação à nacionalidade, idade, escolaridade etc. As principais comunidades focais são as direcionadas ao lazer e a interesses profissionais.

As comunidades discursivas “folocais” são aquelas que possuem características tanto da comunidade local, quanto da focal. Assim, seus membros atuam de acordo com as expectativas e convenções de seu ambiente de interação mais próximo (focais), e, ao mesmo tempo, em conformidade com os padrões externos (locais). Um exemplo citado é a situação de funcionários da filial de uma empresa, estando a matriz localizada em outra região, que ao interagir com as regras e convenções no contexto da filial, também têm que obedecer aos padrões que partem da matriz, externos àquele contexto.

As noções de Swales (2016) colaboram com os nossos estudos no que tange ao fato de que os currículos que analisamos pertencem a uma comunidade maior, o ramo empresarial, mas também são direcionados a comunidades menores, específicas, como as empresas industriais, comerciais e de prestação de serviços.

Portanto, haverá nos currículos marcas linguísticas padronizadas pela forma como as empresas, em geral, interagem através do gênero currículo e haverá marcas específicas, que caracterizam cada tipo de empresa na qual o currículo será apresentado, considerando as especificidades de cada ramo empresarial.

Os produtores do gênero dialogam com ambas as padronizações para terem sucesso no alcance de seus objetivos comunicativos, interagindo com as expectativas das comunidades menores, que estão inseridas em comunidades maiores de forma inter-relacionada.

Veremos, adiante, a relevância do propósito comunicativo para o estudo de gêneros, tendo em vista que os propósitos são elementos essenciais para a sua definição.

### 2.2.2 O propósito comunicativo

Mesmo que sua identificação não seja tão simples, diversas pesquisas desenvolvidas têm comprovado a importância dos propósitos comunicativos para o estudo e análise de gêneros, tendo em vista que os gêneros são estruturas que realizam propósitos.

Os gêneros encontram-se inseridos em comunidades discursivas que são norteadas pelos propósitos comunicativos ali partilhados. Inicialmente, Swales (1990, p. 58) definiu propósito comunicativo como sendo “um critério privilegiado” para a identificação e definição de gêneros, embasando não somente sua forma, mas também seu conteúdo e estilo.

No entanto, algumas críticas a essa definição provocaram reformulações a esse conceito inicial. Bhatia (1993), ao considerar que os membros especializados de uma comunidade podem explorar as restrições do gênero e moldar sua construção seguindo intenções particulares de propósitos, já reconhece a fragilidade em definir gêneros apenas através de seus propósitos, uma vez que, com a atuação dos usuários, pode haver dificuldades na identificação dos propósitos comunicativos presentes na construção genérica.

Assim, o reconhecimento do propósito comunicativo apresenta níveis de versatilidade, pois,

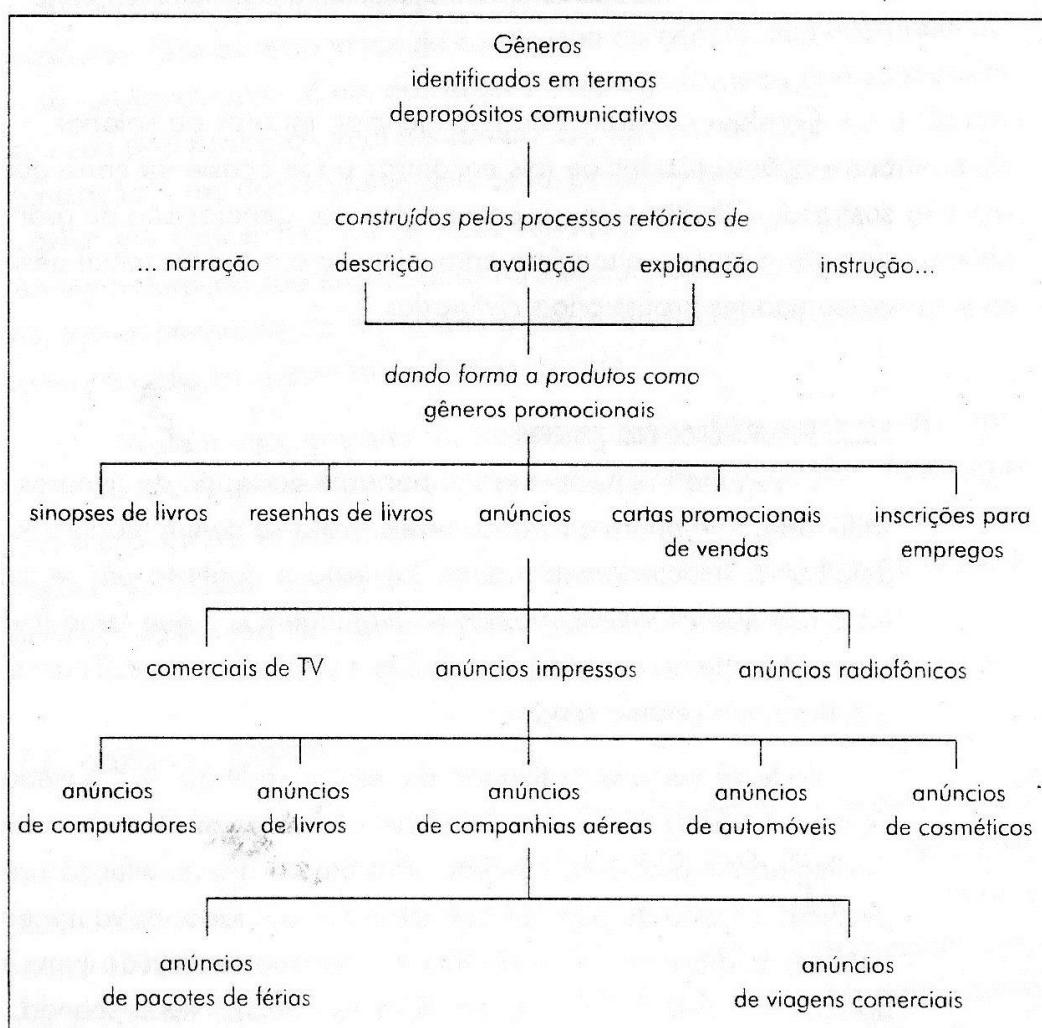
ora ele pode ser identificado em um nível realmente alto de generalização, ora pode ser limitado a um nível bem específico.

Igualmente, tanto pode haver um único propósito comunicativo como um bem detalhado conjunto de propósitos comunicativos. (BHATIA [1997] 2009, p. 164).

A depender do nível dessa variação e do detalhamento dado ao propósito, pode-se identificar o status de um determinado gênero, bem como os usos convencionalmente aplicados a ele. Em todo caso, é importante que se perceba o caráter versátil dos propósitos, que ao se ligarem a uma situação retórica específica, permitem que a teoria de gêneros identifique níveis mais amplos dos usos da língua, para posteriormente se chegar a identificações mais específicas.

Vejamos na figura 2, abaixo, um exemplo dos níveis de descrição das etapas constitutivas de gêneros, considerando o discurso promocional:

**Figura 2 - Níveis de descrição genérica**



**Fonte:** Bhatia (2009, p. 164).

Vemos, na figura 2, o que Bhatia (2009) chama de colônia de gêneros. Nesse exemplo os gêneros são identificados considerando os seus propósitos

comunicativos, que geram processos retóricos para atendê-los, dando origem aos textos dos gêneros relacionados ao discurso promocional. Os gêneros produzidos servem para a progressão de outros, que se diferenciam em sua forma composicional para atender a propósitos específicos, mas que se assemelham por interagir com um nível mais alto de generalização, que é atender ao propósito do discurso promocional.

Vale ressaltar que o esquema da figura 2 serve de alerta para que se perceba que em níveis de análises mais específicos, os propósitos também devem acompanhar essas especificidades, pois uma visão que parte de generalizações amplas acaba por gerar pouca produtividade nas análises de gêneros.

Partindo desse entendimento, temos que, nas novas perspectivas para o estudo de gêneros, os propósitos comunicativos permanecem sendo relevantes para a análise de gêneros, mas, agora, considera-se que os membros especializados atuam diretamente sobre esses propósitos (podendo haver até mesmo discordância entre os membros) e as barreiras das restrições são mantidas até certo ponto.

Considerando as dificuldades enfrentadas pela definição inicial de propósito comunicativo, Askehave e Swales (2001), se distanciam da noção de propósito como uma forma imediata para a classificação de gêneros e consideram que a identificação do propósito deve partir da análise dos textos.

Nesse viés, o propósito passa a ser um critério privilegiado, não mais na definição imediata do gênero, mas sim em relação aos resultados das investigações feitas a eles, para posteriormente se obter sua identificação, ou seja, juntamente com os propósitos, outros aspectos caracterizadores do gênero também são analisados, o todo textual é estudado para se chegar a uma definição.

Askehave e Swales propõem dois procedimentos possíveis para a identificação de gêneros: um procedimento textual/linguístico e um procedimento contextual. No processo textual, o propósito comunicativo é examinado, em uma das etapas, junto com a estrutura do gênero, o estilo e o conteúdo. Em uma etapa posterior, o propósito é um fator de revisão, ou redefinição, do gênero (“repurposing the genre”). No processo contextual, o propósito comunicativo mantém a sua relevância na revisão do gênero, mas as outras etapas no processo constituem-se da identificação da comunidade, seus valores, suas expectativas, e seu repertório de gêneros, além dos traços dos gêneros que fazem parte do repertório da comunidade. (HEMAIS; BIASI-RODRIGUES, 2005, p. 119).

Esses procedimentos dão ênfase ao caráter dinâmico dos gêneros, considerando que eles podem apresentar variações em sua forma e conteúdo, bem como redefinição de propósitos. Assim, o estudo do gênero não deve estar direcionado apenas para o texto, mas também para o seu contexto.

Para Biasi-Rodrigues e Bezerra (2012, p. 232), ao analisar gêneros, “num olhar mais atento, alguns propósitos específicos vão levando o pesquisador a fazer reagrupamento e a identificar modalidades/variantes do mesmo gênero ou, até mesmo, subversões do propósito e do gênero”. Isso acontece pelo fato de que ao se objetivar determinado propósito comunicativo, molda-se o gênero para fazer com que esse objetivo seja alcançado.

Em diálogo com Biasi-Rodrigues e Bezerra (2012), percebemos que a noção de propósito comunicativo interfere diretamente na forma como os gêneros são construídos para que se tenha uma adequada interpretação e consequentemente haja uma adequação em relação ao uso que é feito do gênero. Kay e Dudley-Evans (1998, p. 308) ressaltam que é o propósito comunicativo que faz surgir o gênero “moldando a estrutura ‘esquemática’ ou ‘começo-meio-fim’ do discurso e influenciando nas escolhas de conteúdo e de estilo”. São estreitas as relações entre propósitos comunicativos e gêneros, de forma que um está inerente ao outro nos usos que fazemos da linguagem para suprir nossas necessidades comunicativas.

Ainda nessa perspectiva, para Bhatia (1993, p. 13), além de serem influenciados por outros fatores, os gêneros são “caracterizado essencialmente pelo(s) propósito (s) que pretendem realizar”. A proximidade entre gênero e propósito é entendida a ponto de considerar que eles exemplificam realizações satisfatórias de propósitos comunicativos, juntamente com a utilização dos elementos linguísticos.

Os usos sociais da língua diversificam-se conforme a diversidade de ações que se realizam nas interações discursivas. Naturalmente, nas sociedades organizadas, a maioria das situações de uso interacional da língua são convencionalizadas e reiteradas na própria dinâmica das atividades sociais no cotidiano da vida humana, tanto no âmbito mais privativo, como no plano público e comunitário. (SILVEIRA, 2005, p. 35).

Dessa forma, a partir do surgimento de novas necessidades comunicativas, surgem também novas formas de ação que atendam a essas necessidades, e,

nessa dinâmica, os propósitos podem sofrer alterações e consequentemente possibilitarem o surgimento de novos gêneros.

No que se refere à identificação desses gêneros através dos propósitos, vimos, anteriormente, que não é fácil a identificação do propósito comunicativo, e, por isso, ele não deve ser utilizado como único critério para o reconhecimento de determinado gênero. Nesse caso, surge a necessidade de uma investigação mais profunda para a identificação dos gêneros, considerando, por exemplo, os contextos em que eles se realizam.

Dessa forma, na nova perspectiva de Askehave e Swales (2001), o propósito comunicativo não está mais posto no início do processo de identificação do gênero, mas sim completando o percurso analítico de identificação, sendo critério privilegiando em relação aos resultados alcançados.

Nesse sentido, Askehave e Swales (2001) apresentam três razões por que o conceito de propósito comunicativo pode ser produtivamente utilizado na análise de gêneros: a) O propósito comunicativo pode ter um “*valor heurístico*” como porta de entrada para a melhor compreensão de um *corpus* de texto; b) Pode ajudar a mostrar que os discursos eventualmente são multifuncionais; c) Pode ser usado para desqualificar o status de gênero atribuído a certos domínios discursivos (...) (BIASI-RODRIGUES; BEZERRA, 2012, p. 239).

Considera-se, nessa concepção, que os propósitos comunicativos aprofundam os conhecimentos acerca de determinado gênero, demonstrando as facetas discursivas que estão presentes nos textos e podem esclarecer as noções de domínio discursivo que são atribuídas a eles.

É partindo dessas reflexões que Askehave e Swales (2001) propõem os procedimentos textual/linguístico e contextuais para a análise de gêneros, o que poderemos entender mais detalhadamente com os quadros a seguir.

Esse primeiro quadro demonstra como os gêneros podem ser analisados a partir do texto:

**Quadro 5 - Procedimento de análise de gêneros a partir do texto**

1. Estrutura + estilo + conteúdo + “propósito”  
↓
2. “Gênero”  
↓
3. Contexto  
↓
4. Redefinição de propósitos do gênero (*repurposing*)  
↓
5. Realinhamento da rede de gêneros

**Fonte:** Swales (2004, p. 72).

No quadro 5 vemos que os elementos constituintes dos gêneros (estrutura, estilo, conteúdo e propósito), atrelados ao contexto, proporcionam uma observação mais profunda, o que nos permite redefinir os propósitos do gênero (confirmando a percepção inicial ou modificando-a), bem como fazer o realinhamento da rede de gêneros à qual está inserido. Por isso, os termos “propósito” e “gênero” aparecem entre aspas, a fim de marcar esse caráter inicial provisório, que só será estabilizado ao final da análise.

Agora, no quadro seguinte, veremos como os gêneros podem ser analisados sob uma ótica que parte da situação à qual o gênero está inserido:

**Quadro 6 - Procedimento de análise de gêneros a partir da situação**

1. Identificação de uma situação comunicativa.  
↓
2. Objetivos, valores e condições materiais de grupos na situação.  
↓
3. Ritmos de trabalho, horizontes de expectativas.  
↓
4. Repertórios de gêneros e convenções.  
↓
5. Redefinição de propósitos (*repurposing*) dos gêneros selecionados  
↓
6. Características textuais e outros traços dos gêneros

**Fonte:** Swales (2004, p. 73).

Essa visão de análise de gêneros, apresentada no quadro 6, sendo ela utilizada separadamente ou em combinação com o modelo “a partir do texto” (quadro 5), possibilita a interpretação de que um dado texto pode ter propósitos e traços diferentes dos que aparentemente indicam ou que convencionalmente se espera. Voltamos, pois, à questão da dinamicidade dos propósitos que podem apresentar modificações pelos usuários dos gêneros.

Acrescenta-se, ainda, a noção de que para uma melhor definição do propósito comunicativo de um gênero, é relevante que o pesquisador colha informações daqueles que produzem e utilizam os gêneros, contando prioritariamente com os membros mais experientes das comunidades em que os gêneros circulam.

Compreendemos, então, que os gêneros são constituídos de propósitos e utilizados como forma de ação diante das práticas sociais e, nesse processo, os propósitos moldam formas, escolhas e estilos, colaborando diretamente para que os gêneros cumpram a sua função sociocomunicativa.

Para a realização do presente estudo focamos no procedimento de análise do propósito comunicativo descrito no quadro 6, pois partimos da situação de uso para a identificação do propósitos, pois os currículos que compõem o nosso *corpus* foram produzidos considerando situações semelhantes, porém para empresas diferentes, o que pode acarretar na variação dos propósitos encontrados.

Passemos, agora, para os aspectos metodológicos utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa.

### 3 PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo, discorremos acerca do percurso metodológico pelo qual passamos para o desenvolvimento da presente pesquisa, e, para que possamos compreender as etapas percorridas neste processo, o capítulo encontra-se dividido em 4 tópicos. No primeiro, caracterizamos o presente estudo; no segundo, tratamos do nosso objeto de estudo e da composição do *corpus*; no terceiro, definimos as terminologias utilizadas; no quarto e último tópico, discorremos sobre as etapas seguidas no decorrer do estudo e as categorias de análise selecionadas para examinar o *corpus*.

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

A presente pesquisa tem como objetivo analisar de que forma os produtores dos currículos organizam e conduzem as informações, a fim de obterem êxito diante do propósito comunicativo geral de apresentar o seu perfil profissional para uma empresa que esteja realizando recrutamento de funcionários, objetivando conseguir ocupar um cargo e compor o quadro de funcionários da mesma.

Para alcançarmos nossos objetivos, desenvolvemos um estudo de caráter descritivo, quantitativo e qualitativo, uma vez que os dados coletados foram postos à interpretação e analisados de forma quanti-qualitativa com o propósito de descrever as unidades e subunidades recorrentes. Estas foram identificadas a partir da análise de 30 currículos, bem como as funções por elas desempenhadas, considerando os propósitos comunicativos presentes e a comunidade discursiva para qual o currículo foi direcionado.

Utilizamos o viés qualitativo quando assumimos a postura analítica interpretativa dos dados coletados a partir dos textos, enquanto lançamos mão do caráter quantitativo para contabilizar as recorrências tanto das unidades, quanto das subunidades identificadas durante a análise do *corpus*. A escolha desse tipo de abordagem é justificada considerando o nosso interesse em compreender de que forma se dá a condução das informações nos currículos, atentando para a inter-relação entre as informações dispostas, os propósitos comunicativos e a comunidade discursiva de circulação do gênero.

Em relação ao procedimento de coleta de dados, esta pesquisa caracteriza-se como documental, tendo em vista que contamos com um *corpus* já produzido pelos candidatos e coletados nas empresas, ou seja, não tivemos participação e nem acompanhamos o processo de produção dos mesmos.

### **3.2 Objeto de estudo e constituição do *corpus***

Para o desenvolvimento da presente dissertação, selecionamos como objeto de estudo a organização retórica de textos do gênero currículo, considerando os propósitos imbricados e a inter-relação com a comunidade discursiva empresarial. O nosso *corpus* é constituído por 30 currículos que circulam na comunidade empresarial, e, para a coleta dos currículos, selecionamos três empresas privadas na cidade de Teresina/PI e posteriormente solicitamos de cada uma a disponibilização de 10 currículos de funcionários contratados pela empresa e que tenham sido entregues de forma física/impressos, com o tempo máximo de 5 anos.

Nosso *corpus* foi composto da seguinte forma: 10 currículos que foram direcionados a uma empresa industrial, 10 a uma empresa comercial e 10 direcionados a uma empresa de prestação de serviços. A empresa do ramo industrial trata-se de uma fábrica de bicicletas, aparelhos fitness e ventiladores; já a empresa comercial trabalha com vendas na área de perfumaria e cosméticos; e a empresa prestadora de serviços oferece serviços para a área de *Telemarketing/Call Center*.

O interesse em pesquisar tal objeto partiu da necessidade do desenvolvimento de pesquisas que abordem o gênero currículo, tendo em vista o importante papel social desempenhado por ele, o que nos despertou a desenvolver uma pesquisa com a finalidade de analisar a organização retórica desse gênero, a fim de investigarmos como se dá a condução das informações, levando em consideração os propósitos comunicativos e a comunidade discursiva para a qual o currículo foi direcionado.

Sabendo que o currículo faz parte de uma cadeia de gêneros presente no processo de recrutamento de funcionário, este estabelece relação com outros gêneros. Assim, ao produzir um currículo, o candidato leva em consideração o anúncio de emprego da empresa, que muitas vezes apresenta requisitos que devem estar presente nos perfis, vislumbrando a convocação para uma entrevista de

emprego. Desse modo, o currículo estabelece intermédio entre esses dois gêneros, o anúncio e a entrevista. Observemos a figura abaixo quer traz o exemplo de um anúncio de emprego.

**Figura 3 - Anúncio de vaga de emprego**



**Fonte:** disponível em: <<https://www.blogdomadeira.com.br/2017/12/vaga-de-emprego-empresa-contrata-auxiliar-de-escritorio/>> Acesso em: 08/10/2019.

Como vemos, há no anúncio algumas especificações que devem ser consideradas na produção de um currículo. Assim, as informações dispostas devem ser conduzidas de modo que os propósitos comunicativos sejam alcançando e venham a ter êxito, sendo que a comunidade discursiva é essencial para a seleção das informações que serão dispostas, bem como a forma pela qual serão conduzidas nas unidades e subunidades que compõem os textos. Ressaltamos que pelo fato de o anúncio de vaga de emprego não ser o foco de análise desse estudo, nós nos reportamos a uma análise indutiva das comunidades, a partir dos achados encontrados em nosso *corpus*.

A escolha dos tipos de empresa se deu a partir de pesquisas prévias que nos possibilitaram perceber que essas empresas requerem perfis que tenham um conjunto de dados mais extensos e elaborados. Para a escolha dos currículos, além das empresas, consideramos os currículos que pertencem a profissionais que possuem formação acadêmica de nível superior.

### 3.3 Definição das terminologias

Utilizamos nesta pesquisa uma adaptação da terminologia do modelo CARS (SWALES, 1990), feita por Biasi-Rodrigues (1998), em que o termo **unidade retórica** corresponde aos *movimentos*, e o termo **subunidade** corresponde aos passos. Utilizamos as unidades retóricas para nos referirmos aos blocos textuais que se organizam correspondentemente às funções retóricas. As subunidades serão utilizadas para demonstrar a realização linguística das funções retóricas no texto.

Consideramos, para as análises, a noção de Biasi-Rodrigues (1998) de que as unidades retóricas são estratégias de organização do conteúdo textual do gênero. E que as subunidades são o percurso selecionados para alcance das funções retóricas de cada unidade, o que corresponde à forma pela qual as unidades retóricas são realizadas nos textos.

### 3.4 Etapas e categorias de análise

Após o recolhimento do *corpus* digitalizamos os currículos e iniciamos o processo de descrição e análise de dados, a fim de verificar qual a organização retórica disposta, identificando as unidades e subunidades retóricas que os compõem, de acordo com os propósitos comunicativos e a comunidade discursiva para qual o currículo foi direcionado.

E, para o desenvolvimento das análises e alcance dos objetivos propostos, seguimos as seguintes etapas:

- Etapa 1 – Leitura dos currículos coletados, buscando identificar as unidades e subunidades retóricas presentes;
- Etapa 2 – Descrição das unidades/subunidades retóricas identificadas, considerando os propósitos comunicativos e a comunidade discursiva;
- Etapa 3 – Análise interpretativa e quantitativa em relação às informações encontradas e a recorrência retórica das unidades e subunidades, considerando como recorrentes aquelas que foram encontradas em no mínimo 20% dos currículos analisados.

As categorias de análise às quais elegemos para o desenvolvimento do presente estudo encontram-se organizadas da seguinte forma:

- Análise da organização retórica e dos propósitos comunicativos presentes - Analisamos a forma pela qual as informações são conduzidas, bem como os propósitos comunicativos presentes nas unidades/subunidades identificadas e as estratégias utilizadas para a realização dos propósitos.
- Análise da inter-relação entre a comunidade discursiva e os textos do gênero currículo - Analisamos de que forma a comunidade discursiva influencia na composição das unidades/subunidades, pontuando a relação entre a noção de comunidade discursiva e a composição estrutural e discursiva dos currículos.

Considerando nosso referencial teórico e o percurso metodológico seguido, tratamos, no capítulo seguinte, acerca dos resultados obtidos através da análise dos dados coletados a partir do *corpus*.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS: ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DAS INFORMAÇÕES NOS CURRÍCULOS

O presente capítulo trata dos resultados obtidos através da análise dos dados coletados do *corpus* de 30 currículos direcionados à comunidade empresarial. Para uma melhor organização dos resultados, dividimos o capítulo em dois tópicos, que correspondem às categorias de análise que selecionamos.

No primeiro tópico, discutimos sobre a organização retórica dos currículos e tratamos dos propósitos comunicativos imbricados nesta organização; no segundo, abordamos aspectos relacionados à influência da comunidade discursiva na forma pela qual as informações são estruturadas e conduzidas, relacionando o conteúdo encontrado às comunidades discursivas.

Faz-se necessário analisar tais aspectos, pois, ao produzirmos um texto, fazemos a partir de propósitos previamente definidos, que estão estritamente relacionados a um interlocutor, que consequentemente está inserido na comunidade discursiva na qual o currículo irá circular. Iniciemos, a seguir, com a descrição da organização retórica encontrada, bem como dos propósitos comunicativos identificados.

### 4.1 A Organização retórica dos currículos: analisando os propósitos comunicativos

Descrevemos, neste tópico, acerca das Unidades e Subunidades recorrentes encontradas após analisar os currículos que compõem o nosso *corpus*. Embasamos a nossa análise no modelo CARS (*create a research space [criar um espaço para pesquisa]*), proposto por Swales (1990), o qual nós adaptamos para poder tecer nossos estudos acerca do gênero currículo.

Como mencionamos na metodologia, optamos por utilizar a nomenclatura adotada por Biasi-Rodrigues (1998), em que as **Unidades retóricas** correspondem aos **Movimentos**, e, as **Subunidades** correspondem aos **Passos**.

Ao analisar o *corpus* não identificamos diferenças nas unidades e subunidades retóricas encontradas, em relação aos diferentes tipos de empresas, mas houve alteração na forma pela qual as informações são conduzidas nas

subunidades, considerando o diferencial de cada empresa, o que veremos no decorrer das análises.

Vejamos, pois, no quadro abaixo, a descrição de 6 Unidades retóricas recorrentes, seguidas das Subunidades pelas quais são compostas. Estas foram encontradas após a análise do *corpus* de 30 currículos. Estes foram destinados às seguintes empresas: prestadora de serviços na área de *Telemarketing/Call Center*; comércio na área de perfumaria e cosméticos; indústria na área de bicicletas, aparelhos fitness e ventiladores.

**Quadro 7 - Organização retórica dos currículos**

<b>Unidades retóricas e Subunidades</b>	<b>Corpus de 30 currículos</b>
<b>Unidade retórica 1 – Identificação do candidato</b> Subunidade 1.1 – Informando o nome e/ou Subunidade 1.2 – Informando a idade e/ou Subunidade 1.3 – Informando formas de contato e/ou Subunidade 1.4 – informando o estado civil e/ou Subunidade 1.5 – Informando o endereço e/ou Subunidade 1.6 – Informando o número de documentos	30/30
<b>Unidade retórica 2 – Exposição de objetivos</b> Subunidade 2.1 – Descrevendo objetivos pretendidos na empresa e/ou Subunidade 2.2 – Traçando metas pessoais e/ou Subunidade 2.3 – Pontuando possíveis contribuições e/ou	27/30
<b>Unidade retórica 3 – Descrição da formação acadêmica</b> Subunidade 3.1 – Mencionando níveis de escolaridade e/ou Subunidade 3.2 – Pontuando instituições de ensino e/ou Subunidade 3.3 – Informando ano de conclusão	30/30
<b>Unidade retórica 4 – Apresentação dos cursos realizados</b> Subunidade 4.1 – Descrevendo cursos realizados e/ou Subunidade 4.2 – Mencionando instituições de ensino e/ou Subunidade 4.3 – Informando datas ou tempo de duração	28/30
<b>Unidade retórica 5 – Descrição das experiências profissionais</b> Subunidade 5.1 – Mencionando empresas trabalhadas e/ou Subunidade 5.2 – Descrevendo atividades profissionais exercidas e/ou Subunidade 5.3 – Informando períodos de atuação	28/30
<b>Unidade retórica 6 – Sintetização de qualidades pessoais e profissionais</b> Subunidade 6.1 – Pontuando características pessoais e profissionais e/ou Subunidade 6.2 – Sintetizando informações adicionais	13/30

**Fonte:** Elaborado pela autora.

Como podemos ver, no quadro 7, os resultados obtidos apontam para a existência de 6 unidades retóricas, sendo elas: Unidade retórica 1, *Identificação do candidato*; Unidade retórica 2, *Exposição de objetivos*; Unidade retórica 3, *Descrição da formação escolar*; Unidade retórica 4, *Apresentação dos cursos realizados*; Unidade retórica 5, *Descrição das experiências profissionais* e Unidade retórica 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*.

Pudemos observar, ainda, que cada unidade é composta por subunidades que organizam a distribuição das informações, ou seja, os currículos são compostos por blocos textuais maiores que, por sua vez, são desenvolvidos através de blocos textuais menores, que funcionam como ligamentos para a efetivação dos propósitos comunicativos no constructo textual.

O gênero currículo nasce da necessidade sociocultural da conquista do emprego, sendo que para participar de uma seletiva de contratação, os candidatos à vaga precisam produzir o currículo, a fim de apresentar o seu perfil profissional e poder ser convocado para a entrevista de emprego, outra etapa do processo de seleção.

Para que o candidato passe para essa próxima etapa é preciso que ele seja bem sucedido na produção de seu currículo. Ressalta-se a importância de que as informações dispostas sejam adequadamente conduzidas e o conteúdo esteja compatível com os propósitos comunicativos almejados.

Vale ressaltar que a ordem em que as unidades aparecem apresenta algumas variações de posição, mas, no geral, são dispostas na ordem descrita no quadro 7. Para exemplificar, observemos a figura 4 abaixo, que traz, na íntegra, o Currículo 3 – C3, um dos textos que compõem o nosso *corpus*.

Figura 4 - C11

<b><u>PERFIL PROFISSIONAL</u></b>		<b>Unidade retórica 1 – Identificação do candidato</b>
<b>DADOS PESSOAIS:</b>		
<b>NOME:</b> [REDACTED] <b>ESTADO CIVIL:</b> Solteira <b>CNH:</b> AB – Possuo Transporte próprio <b>END:</b> Rua [REDACTED] <b>BAIRRO:</b> [REDACTED] Teresina-PI <b>FONE:</b> (86) [REDACTED]	<b>OBJETIVO:</b> Coloco-me a disposição desta empresa para compor o seu quadro de funcionários, tenho a disponibilidade para efetuar qualquer trabalho que me for indicado; consciente das minhas habilidades humanas desempenharei o meu trabalho de forma dinâmica.	<b>Unidade retórica 2 – Exposição de objetivos</b>
<b>ESCOLARIDADE:</b> Ensino Superior em Administração de Empresas <b>Instituição:</b> FAPI		<b>Unidade retórica 3 – Descrição da formação escolar</b>
<b>CURSO DE APERFEIÇOAMENTO:</b> - Marketing e Técnicas em vendas - Informática - Gestão empresarial - Gestão e Administração de Pequenas e Médias Empresas - Técnicas de Negociação - Planejamento Estratégico - Cooperativismo e Associativismo <b>Entidade:</b> FUNADEPI		<b>Unidade retórica 4 – Apresentação dos cursos realizados</b>
<b>EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:</b> <b>Empresa:</b> Lojas Marisa <b>Função:</b> Auxiliar Administrativo <b>Empresa:</b> Frigopil <b>Função:</b> Gerente de Vendas <b>Empresa:</b> Beleza & Cia LTDA. <b>Função:</b> Administrativo <b>Empresa:</b> VikStar <b>Função:</b> Supervisor		<b>Unidade retórica 5 – Descrição das experiências profissionais</b>
<b>QUALIFICAÇÕES</b> Entre minhas características básicas, encontra-se: <b>adaptabilidade, dinamismo, transparência de atitudes, força de vontade, perfeccionismo, espírito de equipe, bom relacionamento interpessoal.</b> Informo, ainda, que tenho disponibilidade em qualquer horário, de acordo com a necessidade do trabalho em questão. Certo de que poderei ser útil à sua empresa, coloco-me à disposição para prestar-lhe mais esclarecimento.		<b>Unidade retórica 6 – Sintetização de qualidades pessoais e profissionais</b>

**Fonte:** Produzido pelo candidato.

Para discutir sobre as unidades e subunidades encontradas e os propósitos comunicativos presentes, utilizamos recortes dos currículos analisados, dessa forma, para identificar a qual currículo determinado recorte pertence, nomeamos os currículos pela letra “C” seguida dos numerais de 1 a 30. Exemplo: C1, C2, C3 e assim sucessivamente. Os 30 currículos analisados estão anexados integralmente nesta dissertação. Veremos, adiante, como se dá a condução das informações em cada unidade retórica encontrada, bem como os propósitos comunicativos imbricados.

- Unidade retórica 1 (*Identificação do candidato*)

Esta unidade está presente nos 30 currículos analisados, mostrando-se como primordial, nela o candidato apresenta os seus dados pessoais com o objetivo de se identificar para o profissional que irá avaliar o seu perfil. Para cumprir tal objetivo ele vai tecendo informações condizentes com a sua identificação, o que podemos observar através das seis subunidades presentes nessa unidade, sendo elas: Subunidade 1.1, *Informando o nome*; Subunidade 1.2, *Informando a idade*; Subunidade 1.3, *Informando formas de contato*; Subunidade 1.4, *informando o estado civil*; Subunidade 1.5, *Informando o endereço* e Subunidade 1.6, *Informando o número de documentos*.

Vejamos, no quadro abaixo, a frequência com que as subunidades se realizam nos currículos analisados.

**Quadro 8 - Frequência das Subunidades da Unidade 1**

CURRÍCULOS	UNIDADE 1					
	SUB 1.1	SUB 1.2	SUB 1.3	SUB 1.4	SUB 1.5	SUB 1.6
C1	X	X	X	X	X	
C2	X		X	X	X	
C3	X	X	X	X	X	X
C4	X		X	X	X	X
C5	X	X	X	X	X	
C6	X	X	X	X	X	
C7	X		X	X	X	
C8	X		X	X	X	
C9	X		X	X	X	
C10	X		X		X	
C11	X		X	X	X	X
C12	X	X	X	X	X	X
C13	X		X	X	X	
C14	X	X	X	X		X
C15	X		X	X	X	
C16	X	X	X	X	X	X
C17	X	X	X	X	X	
C18	X		X	X	X	
C19	X		X	X	X	
C20	X		X	X	X	

<b>C21</b>	X		X	X	X	
<b>C22</b>	X	X	X	X	X	X
<b>C23</b>	X		X	X	X	
<b>C24</b>	X	X	X	X	X	
<b>C25</b>	X	X	X	X	X	
<b>C26</b>	X		X	X	X	
<b>C27</b>	X	X	X	X	X	
<b>C28</b>	X		X	X	X	
<b>C29</b>	X	X	X	X	X	
<b>C30</b>	X	X	X	X	X	
<b>TOTAL</b>	30	14	30	28	30	7
<b>%</b>	100%	46,7%	100%	93,4	100%	23,4%

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

A subunidade 1.1 (*Informando o nome*) foi encontrada em 100% do *corpus*, a subunidade 1.2 (*Informando a idade*) em 46,7%, a subunidade 1.3 (*Informando o contato*) em 100%, a subunidade 1.4 (*informando o estado civil*) em 93,4%, a subunidade 1.5 (*Informando o endereço*) em 100%, e a subunidade 1.6 (*Informando o número de documentos*) em 23,4%. As subunidades que apresentam maior recorrência são as 1.1, 1.3, 1.4 e 1.5, já as que apresentam menor recorrência são as 1.2 e 1.6.

Considerando as informações dispostas nesta unidade, percebemos que o propósito é identificar inicialmente o candidato, através da exposição de seus dados pessoais, para que se saiba quem é o indivíduo que está se candidatando à vaga de emprego. Assim, constatamos através do quadro 8 que os produtores consideram como dados mais relevantes a serem mencionados, o nome, as formas de contato, o estado civil e o endereço. Isso se dá pelo fato de que os profissionais que irão avaliar os currículos precisam, principalmente, ter ciência de que se trata de um indivíduo civilmente identificado, com moradia fixa, saber se já constituiu ou não uma família e se terá como entrar em contato com ele, caso seja necessário.

Vejamos, então, a realização da unidade retórica 1, *Identificação do candidato*, e de suas subunidades nos recortes abaixo. Ressaltamos que as tarjas na cor preta são para cobrir qualquer tipo de dado que possa identificar o produtor do currículo.

**Figura 5 - C12****DADOS PESSOAIS:**

<b>Nome:</b> [REDACTED]	Sub 1.1
<b>Data de nascimento:</b> [REDACTED]	Sub 1.2
<b>Estado civil:</b> casada	Sub 1.4
<b>CNH:</b> [REDACTED]	Sub 1.6
<b>End:</b> [REDACTED]	Sub 1.5
<b>Bairro:</b> [REDACTED]	Sub 1.3
<b>Fone:</b> (86) [REDACTED]	

**Fonte:** produzido pelo candidato.

**Figura 6 - C11****DADOS PESSOAIS:**

<b>NOME:</b> [REDACTED]	Sub 1.1
<b>ESTADO CIVIL:</b> Solteira	Sub 1.4
<b>CNH:</b> AB - Possuo Transporte próprio	Sub 1.6
<b>END:</b> Rua [REDACTED]	Sub 1.5
<b>BAIRRO:</b> Teresina-PI	
<b>FONE:</b> (86) [REDACTED]	Sub 1.3

**Fonte:** produzido pelo candidato.

**Figura 7 - C21**

[REDACTED]	Sub 1.1
<b>DADOS PESSOAIS</b>	
<b>Brasileira, casada,</b> [REDACTED]	Sub 1.4
<b>Residente à Rua</b> [REDACTED] <b>nº</b> [REDACTED] <b>-</b> [REDACTED]	Sub 1.5
<b>Contato:</b> 86 [REDACTED] (whatsapp). (para recado, falar com [REDACTED])	
<b>Email:</b> [REDACTED]	Sub 1.3

**Fonte:** produzido pelo candidato.

Nas figuras 5, 6 e 7, podemos observar a realização da unidade retórica 1 e suas subunidades, em que o participante fornece dados pessoais com o objetivo de

se identificar para o interlocutor que irá avaliar o seu currículo. Na figura 5 podemos ver as seis subunidades sendo realizadas em conjunto, pois é apresentado o nome do candidato, seu estado civil, seu documento de habilitação, local onde reside e os telefones para contato. Já na figura 6 há a ausência da subunidade 1.2 (*informando a idade*), e na figura 7 não há a subunidade 1.6 (*informando o número de documentos*). Isso se dá por conta da individualidade de cada produtor, que julga a relevância dos dados que irá ou não apresentar.

Considerando que nessa unidade devem ser colocadas as informações mais relevantes acerca da identificação inicial do candidato à vaga, cabe a ele excluir determinadas informações, bem como selecionar e organizar as que lhe parecem ser mais convenientes. Bazerman (2005) aponta que, para a conquista do cargo, é necessário preparar o currículo de forma que se enumere os aspectos mais importantes. Nesse viés, outro ponto interessante de se observar é que na figura 6, na subunidade 1.6 (*informando o número de documentos*), ao informar o número do documento de habilitação CNH, há a especificação de que o candidato possui transporte próprio, com o propósito de mostrar um diferencial em sua identificação, chamando a atenção para o fato de que sua locomoção será mais rápida, de forma pontual, que a empresa não precisará lhe disponibilizar vales-transportes, dentre outros aspectos, e assim ganhar mais visibilidade em relação aos demais candidatos.

Na figura 7, podemos notar uma realização similar, em que para destacar as suas informações pessoais, o produtor do currículo oferece mais de uma forma de contato, pois além de informar o número para receber ligações, informa outro para estabelecer contato e deixar recado via WhatsApp, além de fornecer, também, o seu e-mail. Pontuamos esta ação como tendo o propósito comunicativo de aumentar as chances em relação ao retorno da empresa na qual o currículo será direcionado.

As três figuras selecionadas para discutir a unidade retórica 1 e suas subunidades representam uma amostra dos achados nos demais currículos analisados, o que demonstra que mesmo tendo uma estrutura prototípica específica, podemos encontrar marcas da individualidade dos produtores, pois, de acordo com seus objetivos, selecionam e organizam as informações de forma que lhes proporcionem destaque em relação aos demais currículos.

- Unidade retórica 2 (*Exposição de objetivos*)

Estando presente em 27 currículos, esta unidade traz as metas pessoais e profissionais dos candidatos, é o momento em que ele faz um breve relato das contribuições que pode oferecer à empresa, caso seja contratado. O principal propósito comunicativo dessa unidade é se expressar ao avaliador de forma mais direta, buscando convencê-lo de que será proveitoso para a empresa lhe permitir integrar seu quadro de funcionários.

Além da unidade retórica 6, que veremos mais adiante, a unidade 2 é a que apresenta maior incidência de formas verbais, justamente por conta de seu propósito, que tem um viés dialógico mais direto, em relação ao interlocutor. Segundo Kay e Dudley-Evans (1998) o propósito comunicativo é capaz de moldar o discurso, influenciando nas escolhas de conteúdo, e com o gênero currículo não é diferente, pois estando embasado pelo objetivo da conquista do emprego, tem seu conteúdo todo desenvolvido a partir dos propósitos comunicativos partilhados.

Assim, por não se fazer presente para explicitar suas metas e perspectivas pessoais e profissionais, o candidato busca, através de seu currículo, fazer com que o avaliador sinta interesse em convidá-lo para a entrevista de emprego, a fim de conhecê-lo melhor, e a unidade retórica 2 (*exposição de objetivos*), possibilita que o produtor possa resumidamente expressar pontos que o favoreçam, para poder chegar à etapa seguinte, a entrevista, pois a produção do currículo é apenas uma das etapas nesse processo seletivo de admissão, para poder então chegar ao objetivo final, que é compor o quadro de funcionários da empresa.

Nesta unidade pudemos identificar a presença recorrente de 3 subunidades, que vão demonstrando os objetivos do candidato. São elas: Subunidade 2.1, *Descrevendo objetivos pretendidos na empresa*; Subunidade 2.2, *Traçando metas pessoais* e Subunidade 2.3, *Pontuando possíveis contribuições*.

O quadro 9, abaixo, mostra a recorrência em que as subunidades acontecem, para posteriormente discutirmos acerca dos propósitos que moldam a condução das informações em cada uma delas.

**Quadro 9 - Frequência das Subunidades da Unidade 2**

CURRÍCULOS	UNIDADE 2		
	SUB 2.1	SUB 2.2	SUB 2.3
C1	X		X
C2			
C3	X		X
C4	X		X
C5	X	X	X
C6	X	X	X
C7			
C8			
C9	X		
C10	X		X
C11	X		X
C12			
C13	X	X	
C14	X	X	
C15	X		X
C16	X		X
C17	X	X	X
C18	X		
C19	X	X	
C20			X
C21			
C22	X	X	X
C23	X		
C24	X	X	
C25	X	X	X
C26	X		X
C27	X		X
C28	X	X	X
C29		X	
C30			
<b>TOTAL</b>	22	11	16
<b>%</b>	81,5%	40,8%	59,3%

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Como podemos ver, com exceção do C2, C7, C8, C12, C21 e C30, todos os demais currículos apresentam a unidade retórica 2, *Exposição de objetivos*, sendo

que, entre estes, 81,5% trazem a subunidade 2.1, *Descrevendo objetivos pretendidos na empresa*; 40,8% apresentam a subunidade 2.2, *Traçando metas pessoais* e 59,3% expõem a subunidade 2.3, *Pontuando possíveis contribuições*.

Podemos constatar que, nessa unidade, as subunidades mais recorrentes são a 2.1, na qual o candidato vai descrevendo os objetivos que pretende alcançar, caso seja contratado pela empresa, e a 2.3, que é o momento em que ele vai pontuando de que forma poderá contribuir, uma vez que venha a ser contratado.

Já a subunidade 2.2, na qual se apresenta as metas pessoais almejadas, há um menor índice de recorrência. Assim podemos perceber que as informações expostas têm um foco direto na comunidade discursiva, fazendo com que seus objetivos estejam mais direcionados a aspectos que colaboram para um melhor desenvolvimento da empresa, deixando a marcação do desenvolvimento pessoal em segundo plano. Contudo, isso não implica dizer que no momento do exercício de sua função o profissional irá fazer distinção entre estas formas de crescimento, haja vista que isso se dá de forma mútua, mas, ao produzir um currículo, são feitas seleções a partir daquilo que se considera como mais relevante ressaltar ou não, tendo em vista o propósito comunicativo mais relevante no momento da produção.

Através dos recortes a seguir, podemos analisar de que forma as informações são conduzidas nesta unidade, visualizando a realização de cada subunidade, bem como os propósitos comunicativos presentes.

**Figura 8 - C17**

### **Perfil Profissional**

<u>Pretendo aplicar e adquirir conhecimentos para realizar com sucesso as funções que me forem designadas, superando metas e alcançando objetivos.</u> <u>Espero ter a oportunidade de ganhar mais experiências profissionais e poder</u> <u>aprimorar minhas habilidades, vindo a contribuir com o crescimento desta</u> <u>empresa, gerando lucros e rendimentos esperados.</u>	Sub. 2.1 Sub. 2.2 Sub. 2.3
--	----------------------------------

**Fonte:** produzido pelo candidato.

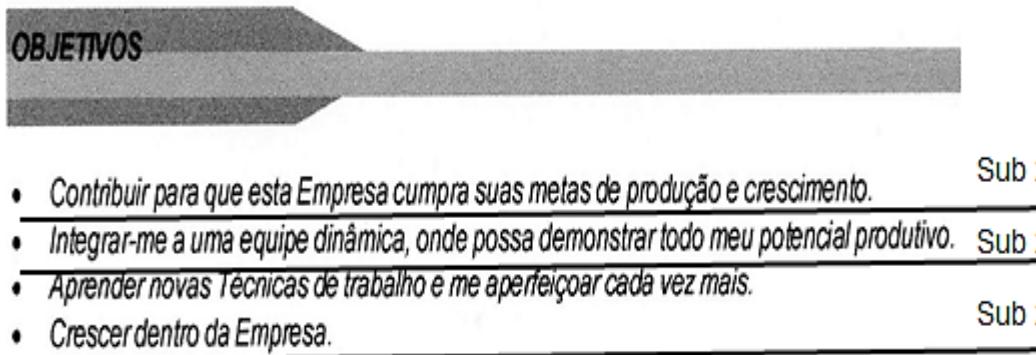
Na subunidade 2.1, *Descrevendo objetivos pretendidos na empresa*, o candidato mostra que pretende exercer com eficiência as atividades que lhe forem atribuídas, para tal utiliza escolhas lexicais como “realizar com sucesso”, “superando metas” e “alcançando objetivos”. As informações dispostas nesta subunidade são

conduzidas com o propósito de convencer o interlocutor de que seus objetivos em relação à empresa possuem relevância.

A subunidade 2.2, *Traçando metas pessoais*, traz uma síntese do que o candidato almeja no âmbito pessoal, ou seja, suas expectativas pessoais caso venha a ser contratado, afirmendo que se a “oportunidade” lhe for dada, poderá “ganhar mais experiências profissionais”, e, assim, poderá “aprimorar suas habilidades”. As escolhas lexicais são pensadas considerando o objetivo de convencer o empregador de que a escolha de seu perfil será de grande valia para o seu crescimento pessoal.

Percebemos na subunidade 2.3, *Pontuando possíveis contribuições*, a descrição de aspectos resultantes das subunidades 2.1 e 2.2, pois, nesse momento, o candidato expõem possíveis benefícios que a empresa terá, a partir de seus objetivos e de suas metas pessoais, o que resultará nas contribuições citadas: “crescimento da empresa” e “geração de lucros e rendimentos”. Aqui o propósito é ressaltar os ganhos acarretados pela sua contratação.

**Figura 9 - C22**



**Fonte:** produzido pelo candidato.

Esse candidato apresenta os objetivos de forma mais sucinta e direta. Na subunidade 2.1, *Descrevendo objetivos pretendidos na empresa*, expõe seu desejo de integrar-se a uma equipe já consolidada, uma vez que já afirma a presença de “uma equipe dinâmica”, a fim de que possa demonstrar ser capaz de manter o nível produtivo da equipe, como podemos ver na expressão “demonstrar todo meu potencial produtivo”. O propósito dessa abordagem mais direta é proporcionar a proximidade entre candidato e empregador, enaltecedo a equipe e ao mesmo tempo demonstrando autoconfiança.

Na subunidade 2.2, *Traçando metas pessoais*, demonstra-se o anseio em crescer no quesito pessoal e assim poder evoluir dentro da empresa, dessa forma o candidato descreve que busca se “aperfeiçoar” e “crescer dentro da empresa”. Nota-se o propósito de demonstrar que em seus planos pessoais há o desejo de ascender em relação ao cargo que irá ocupar na empresa, podendo, posteriormente, ocupar outros cargos de nível maior, traçando uma linha crescente dentro da empresa.

A subunidade 2.3, *Pontuando possíveis contribuições*, traz o interesse do candidato em poder colaborar para que a empresa “cumpra suas metas de produção e crescimento”. É interessante observar que as expressões referentes a “produção” e “crescimento” aparecem nas três subunidades, assim há o propósito marcante de demonstrar o seu potencial produtivo e crescente, proporcionando benefícios significativos para a empresa, que uma vez tendo determinado candidato em seu quadro de funcionários poderá alcançar suas metas, produzindo com eficiência e consequentemente gerando um maior crescimento.

**Figura 10 - C25**

• **Objetivo:**

Objetivo colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos na educação formal e através de experiências de vida, bem como as adquiridas com o trabalho, dedicando-me e mostrando responsabilidades para executar as atividades e serviços do cargo, buscando sempre o meu crescimento pessoal, para que eu venha a evoluir cada vez mais e possa ajudar no melhor desenvolvimento da empresa, colaborando para que o seu nível de excelência seja mantido.

Sub 2.1

Sub 2.2

Sub 2.3

**Fonte:** produzido pelo candidato.

Assim como no C17, esse recorte também apresenta as subunidades seguindo a ordem de apresentar seus objetivos em relação à empresa (sub 2.1), posteriormente, seus objetivos pessoais (sub 2.2) e finalizar pontuando contribuições (sub 2.3). Assim, o candidato expõe seu desejo de que os aprendizados adquiridos no decorrer de sua vivencia possam colaborar para afirmar sua capacidade de “executar as atividades e serviços do cargo” com “responsabilidade”, ou seja, seu objetivo é mostrar que possui vivências acadêmicas, pessoais e profissionais que lhe possibilitaram adquirir habilidades proveitosa para a empresa.

Tendo adquirido tais habilidades, o candidato expõe na subunidade 2.2, o desejo de continuar evoluindo e adquirindo mais experiências, caso venha a ser contratado, o que irá contribuir para a afirmação da unidade 2.3, de que a sua

contratação irá colaborar para que o “nível de excelência seja mantido”. Essa escolha lexical visa enaltecer a empresa, mostrando o reconhecimento de que a mesma já apresenta um nível de excelência. Nesse caso, o objetivo em integrar o quadro de funcionários será manter tal nível.

- Unidade retórica 3 (*Descrição da formação escolar*) e Unidade retórica 4 (*Apresentação dos cursos realizados*).

Analisamos as unidades 3 e 4 de forma conjunta, tendo em vista que ambas são compostas por subunidades semelhantes. A unidade retórica 3, *Descrição da formação acadêmica*, está presente nos 30 currículos analisados, já a unidade retórica 4, *Apresentação dos cursos realizados*, está presente em 28 dos 30 analisados.

A unidade 3, *Descrição da formação escolar*, apresenta a formação acadêmica do candidato, é o momento em que se menciona o curso superior, a instituição em que cursou e ano de conclusão do curso. A unidade 4, *Apresentação dos cursos realizados*, traz os cursos de qualificação realizados, as instituições responsáveis pela certificação, bem como datas e carga horária.

O propósito comunicativo mais nítido de ambas as unidades é o de comprovar o respaldo acadêmico para exercer determinada profissão e desenvolver atividades em áreas profissionais específicas, mostrando estar qualificado para adentrar ao mercado de trabalho e exercer as funções que lhe forem atribuídas com excelência, provando estar capacitado e apto para exercer o cargo que lhe for confiado.

Para tal, é necessário mostrar ao avaliador a qualidade de sua certificação, pontuando, para isso, nome de instituições legalmente reconhecidas para emitir a certificação, os conhecimentos adquiridos, bem como estar atualizado nas áreas de conhecimento.

Esses dados, por sua vez, são expostos através das subunidades que foram encontradas em ambas as unidades, a fim de efetivar o objetivo comunicativo do candidato em comprovar que possui qualificação para ser um colaborador e que poderá render resultados proveitosos à empresa.

Nestas unidades pudemos identificar a presença recorrente de 3 subunidades, sendo elas: Subunidade 3.1, *Mencionando níveis de escolaridade*; Subunidade 3.2, *Pontuando instituições de ensino* e Subunidade 3.3, *Informando*

*ano de conclusão, sendo estas pertencentes à unidade 3. E Subunidade 4.1, Descrevendo cursos realizados; Subunidade 4.2, Mencionando instituições de ensino e Subunidade 4.3, Informando datas ou tempo de duração, sendo estas pertencentes à unidade 4.*

Mostramos, no quadro a seguir, a frequência com que as subunidades aparecem, e, posteriormente, discutimos sobre os propósitos comunicativos presentes nas informações dispostas em cada subunidade.

**Quadro 10 - Frequência das Subunidades da Unidade 3 e 4**

<b>CURRÍCULOS</b>	<b>UNIDADE 3</b>			<b>UNIDADE 4</b>		
	<b>SUB 3.1</b>	<b>SUB 3.2</b>	<b>SUB 3.3</b>	<b>SUB 4.1</b>	<b>SUB 4.2</b>	<b>SUB 4.3</b>
<b>C1</b>	X	X		X	X	
<b>C2</b>	X	X		X	X	X
<b>C3</b>	X	X		X		
<b>C4</b>	X	X	x	X	X	
<b>C5</b>	X	X		X		
<b>C6</b>	X	X		X		
<b>C7</b>	X	X		X		
<b>C8</b>	X	X	X	X	X	X
<b>C9</b>	X	X		X		
<b>C10</b>	X	X				
<b>C11</b>	X	X		X	X	
<b>C12</b>	X	X		X	X	
<b>C13</b>	X	X	X	X		
<b>C14</b>	X	X	X	X		
<b>C15</b>	X	X	X	X	X	X
<b>C16</b>	X	X		X		
<b>C17</b>	X	X				
<b>C18</b>	X	X		X	X	
<b>C19</b>	X	X		X	X	
<b>C20</b>	X	X		X	X	X
<b>C21</b>	X	X		X	X	X
<b>C22</b>	X	X		X	X	X
<b>C23</b>	X	X		X	X	X
<b>C24</b>	X	X		X	X	
<b>C25</b>	X	X		X	X	
<b>C26</b>	X	X		X	X	X
<b>C27</b>	X	X		X	X	

<b>C28</b>	X	X		X	X	
<b>C29</b>	X	X		X	X	X
<b>C30</b>	X	X	X	X	X	X
<b>TOTAL</b>	30	30	6	28	20	10
<b>%</b>	100%	100%	20%	100%	71,5%	35,8%

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Como podemos ver, as subunidades que mais têm recorrência na unidade 3 são as subunidades 3.1, *Mencionando níveis de escolaridade*, estando presente em 100% dos currículos analisados e 3.2, *Pontuando instituições de ensino*, também encontrada em 100% do *corpus*. Já a subunidade 3.3, *Informando ano de conclusão*, possui menor índice de frequência, aparecendo em apenas 20% do *corpus*. Dessa forma, podemos constatar que as informações consideradas como mais relevantes são as seguintes: informar o curso acadêmico e a instituição na qual se formou.

Na unidade 4 ocorre uma realização similar, em que as subunidades que aparecem com maior frequência são a 4.1, *Descrevendo cursos realizados*, presente em 100% dos currículos, e a 4.2, *Mencionando instituições de ensino e Subunidade*, presente em 71,5% dos currículos analisados. E a subunidade 4.3, *Informando datas ou tempo de duração*, também aparece com menor índice de recorrência, assim como na unidade 3, sendo encontrada em apenas 35,8% do *corpus*.

Assim, percebemos que nesta unidade o que se prioriza é a informação dos cursos realizados, bem como das instituições responsáveis pela emissão da certificação, deixando as questões de datas e durações em terceiro plano, embora a apresentação de datas e durações tenha respectivamente o propósito de mostrar a atualização das qualificações e a duração de aprendizagem das mesmas.

Tendo em vista que as duas unidades são compostas por subunidades mais diretas, destacamos apenas dois recortes para analisarmos a realização das subunidades e dialogarmos acerca dos propósitos comunicativos identificados.

**Figura 11 - C29****ESCOLARIDADE**

Pós-Graduação em psicopedagogia, com habilitação para o ramo educacional e empresarial, pela UNIPÓS.

**QUALIFICAÇÕES**

- Cursos de RECEPCIONISTA, TELEFONISTA, OPERADOR DE TELEMARKETING, SECRETARIADO, TÉCNICAS DE VENDAS, DEPARTAMENTO PESSOAL, AUXILIAR DE ESCRITÓRIO, MARKETING PESSOAL E EMPRESARIAL, INGLÊS PARA ATENDIMENTO TURÍSTICO E GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS, realizado no período de 08/09/2006 a 30/06/2007 como carga horária de 120h/a com excelente aproveitamento pela – CDN (COOPERATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE)
- *INFORMÁTICA: IPD, WINDOWS, WORD, LINUX E INTERNET - UPGRADE (TECNOLOGIA EDUCACIONAL LTDA;*
- *Curso de secretaria do SERSE – Carga horária 36hs;*
- *Curso de jogos lúdicos FATEB – Carga horária 10hs/a;*
- *Curso de informática Local: America Course Inglês e Informática – Carga horária 51hs/a;*
- *Participou do curso: Técnicas de Redação - FATEB - Carga horária 20hs/a*
- *Participou da IV Semana Científica do ISEPRO, Tema “Encantando e contando histórias infantis.” Realizado pelo Instituto Superior Programus, no período de 02,03,04 e 05 de Dezembro de 2009 – Carga horária 40hs;*
- *Participou da V Semana Científica, Tema: Pedagogia do conhecimento: Um compromisso com a transformação social, realizado pelo Instituto Superior de Educação Programus – ISEPRO – Água Branca – PI nos dias 29/11 a 02/12/2010 – Carga horária 40hs*

**Fonte:** produzido pelo candidato

**Figura 12 - C30****FORMAÇÃO:**

- **Graduado em Gestão em Marketing, IEST, conclusão em 2011.**

**CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO:**

**Curso:INFORMÁTICA**  
(WINDOWS, WORD, POWER POINT, EXCEL E INTERNET)  
Instituição: Microlins  
Duração:72 horas

**Curso: DIGITAÇÃO**  
Instituição: Microlins

CARTEIRA DE MOTORISTA  
CATEGORIA B.

**Curso: LÍDER ADMINISTRATIVO**  
(Prática administrativa 2014; Prática de Recursos Humanos 2014;Práticas financeiras e contábil; Práticas tributárias, fiscais e escrituração eletrônica 2014; Gestão de qualidade 2014;Liderança e Gestão de pessoas; Empreendedorismo; Educação financeira.)

Instituição: Microlins  
Duração: 15 meses, 165 horas

**PALESTRAS:**

- Habilidade e Atividades de Vendedores – Microlins 2008.
- Marketing Pessoal - Microlins 2008.
- Dinâmica de Grupo - Microlins 2008.
- Projeto de Vida - Microlins 2008.
- A arte de liderar- Mário Sérgio Cortella 2016.

**Fonte:** produzido pelo candidato

Podemos perceber, a partir das figuras, que em relação a unidade 3, *Descrição da formação acadêmica*, os candidatos descrevem a sua formação, a instituição na qual ganharam a titulação de graduados e o ano de conclusão do curso. No que se refere à unidade 4, *Apresentação dos cursos realizados*, a composição das subunidades são similares, os candidatos descrevem quais os cursos de qualificação já realizaram, bem como o nome da instituição onde cursaram e a data e/ou duração do curso. Essas descrições correspondem às três subunidades encontradas em cada uma das unidades.

Ao especificar a titulação o candidato tem o propósito de comprovar a sua capacitação acadêmica para atuar em determinada área profissional, o grau de ensino demonstrará que ele passou por um processo de formação que lhe qualificou e o tornou apto para exercer as atividades que lhe forem atribuídas. Do mesmo modo, ao mencionar os cursos profissionalizantes que já realizou o candidato também objetiva dar respaldo para suas habilidades.

Ao mencionar o nome da instituição na qual recebeu a titulação de graduado ou realizou cursos/palestras profissionalizante, eleva-se o nível de respaldo e confiabilidade do profissional, o que lhe proporcionará um qualitativo a mais em relação à comunidade discursiva.

Quando há o detalhamento em relação ao ano de realização do curso ou sua duração, tem-se o propósito de demonstrar estar atualizado nas áreas de conhecimento dos cursos ou palestras, e a partir da duração, poder mostrar a duração do processo de ensino-aprendizagem.

Vale ressaltar que, a marcação do tipo de formação acadêmica e a seleção de quais os cursos que serão expostos, estabelece um diálogo direto com a comunidade para a qual o currículo será encaminhado, mas veremos esta questão no tópico 4.2, que trata da relação entre a forma como as informações são conduzidas nas unidades retóricas e a comunidade discursiva da qual o texto faz parte.

- Unidade retórica 5 (*Descrição das experiências profissionais*)

A unidade 5 está presente em 28 currículos e é através dela que os candidatos especificam as experiências profissionais que já realizaram ao longo da vida profissional. O propósito comunicativo mais relevante nesta unidade é mostrar que trouxe, enquanto profissional, contribuições relevantes para outras empresas, a fim de convencer o avaliador de que possui experiências em atividades similares às que se propõe a desempenhar na empresa à qual almeja ocupar um cargo.

Esse é o momento em que o candidato traça seu histórico profissional e descreve as principais atividades desenvolvidas em empresas anteriores. Nem todas as empresas trabalhadas precisam estar presentes. Desse modo o candidato seleciona aquelas que lhes seem mais relevantes, considerando a comunidade discursiva. No geral, as experiências apresentadas são as mais recentes e as que tiveram um período maior de duração.

Considerando o interesse do avaliador em saber qual o diferencial presente em cada currículo que avalia, é essencial que os produtores considerem esse caráter para expor experiências que venham a dar destaque ao seu perfil. Assim, quanto mais condizentes forem as atividades desempenhadas em empresas anteriores com as atividades disponíveis na empresa em que está realizando a seleção de recrutamento, mais chances de ser chamado para uma entrevista o candidato terá.

O adequado, segundo Bartho e Azeredo (2016) é que o currículo possua no máximo duas folhas e que sua linguagem seja a mais direta possível. Desse modo, a organização das experiências profissionais deve ser conduzida de forma que as informações sejam precisas em relação ao que a comunidade almeja saber a respeito das atividades profissionais já desempenhadas pelo candidato.

Considerando tais aspectos, identificamos a realização recorrente de 3 subunidades que traçam um perfil das experiências profissionais do candidato, sendo elas: Subunidade 5.1, *Mencionando empresas trabalhadas*; Subunidade 5.2, *Descrevendo atividades profissionais exercidas* e Subunidade 5.3, *Informando períodos de atuação*.

O quadro abaixo traz a frequência em que as subunidades aparecem nos currículos analisados. Posteriormente discutimos acerca da forma pela qual se dá a

condução das informações nessas subunidades, bem como os propósitos comunicativos efetivados através das informações presentes.

**Quadro 11 - Frequência das Subunidades da Unidade 5**

<b>CURRÍCULOS</b>	<b>UNIDADE 5</b>		
	<b>SUB 5.1</b>	<b>SUB 5.2</b>	<b>SUB 5.3</b>
<b>C1</b>	X	X	X
<b>C2</b>			
<b>C3</b>	X	X	X
<b>C4</b>	X	X	
<b>C5</b>	X	X	X
<b>C6</b>	X	X	
<b>C7</b>	X	X	X
<b>C8</b>	X	X	X
<b>C9</b>	X	X	X
<b>C10</b>	X	X	X
<b>C11</b>	X	X	
<b>C12</b>	X	X	X
<b>C13</b>	X	X	X
<b>C14</b>			
<b>C15</b>	X	X	X
<b>C16</b>	X	X	X
<b>C17</b>	X	X	X
<b>C18</b>	X	X	X
<b>C19</b>	X	X	X
<b>C20</b>	X	X	
<b>C21</b>	X	X	X
<b>C22</b>	X	X	X
<b>C23</b>	X	X	X
<b>C24</b>	X	X	X
<b>C25</b>	X	X	
<b>C26</b>	X	X	X
<b>C27</b>	X	X	X
<b>C28</b>	X	X	X
<b>C29</b>	X	X	
<b>C30</b>	X	X	X
<b>TOTAL</b>	28	28	22
<b>%</b>	100%	100%	78,6%

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Através do quadro, podemos ver que apenas o C2 e o C14 não apresentam a unidade retórica 5, *Descrição das experiências profissionais*. Nos demais currículos analisados as subunidades estão distribuídas da seguinte forma: 100% dos currículos apresentam as subunidades 5.1, *Mencionando empresas trabalhadas* e 5.2, *Descrevendo atividades profissionais exercidas*, e 78,6% apresentam a subunidade 5.3, *Informando períodos de atuação*.

Considerando a frequência de realização das três subunidades podemos afirmar que todas apresentam significativa relevância na composição da unidade retórica 5, uma vez que até mesmo a subunidade 5.3, sendo a única que não está presente em todos, apresenta um percentual elevado de recorrência.

Isso se dá em vista da essencialidade em comprovar para o empregador que possui experiências capazes de reafirmar a capacidade de atuar nas áreas de qualificação descritas na unidade 3, *Descrição da formação acadêmica* e 4, *Apresentação dos cursos realizados*. Assim, é necessário que, além de uma boa formação e qualificação profissional, que se tenham, também, experiências profissionais que demonstrem a prática da atuação profissional.

Para tal, são elencadas empresas trabalhadas, atividades desenvolvidas nos cargos ocupados, bem como a duração de execução de tais atividades, com o objetivo de destacar seu histórico profissional e tornar o perfil mais atrativo para o avaliador.

Passemos, agora, para os recortes selecionados, a fim de analisarmos a condução das informações nas subunidades que compõem esta unidade, identificando os propósitos comunicativos aos quais elas se propõem a cumprir.

**Figura 13 - C19**

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	Sub. 5.1
<b>Supervisora de peças Green City Hyundai:</b> Emissão e entrada de notas fiscais/ envio de documentos pelo correio/ supervisão de estoque e funcionários/ compras e devoluções de mercadorias/ atendimento a cliente e fornecedores.	Sub. 5.2
04 anos.	Sub. 5.3

**Jelta Veículos e Máquina Ltda.**

**Auxiliar de Escritório Jelta Fiat:**

Emissão e entrada de notas fiscais/ envio de documentos pelo correio/ supervisão de estoque e funcionários/ compra, conferência e devolução de mercadoria/ acompanhar a rotina administrativa do setor de peças.

07 Meses.

**Madeireira Santa Cruz**

Secretária: Organização de documentos e matérias de trabalho.

07 Meses.

**Fonte:** produzido pelo candidato.

No currículo C19 Podemos ver que o candidato cita o nome das empresas (sub 5.1, *Mencionando empresas trabalhadas*), posteriormente, descreve as funções desempenhadas nas empresas (5.2, *Descrevendo atividades profissionais exercidas*) e, por fim, especifica a duração da atuação profissional (sub 5.3, *Informando períodos de atuação*).

Observa-se que as empresas estão organizadas conforme o tempo de atuação do candidato, partindo da mais duradoura para a de menor duração, nesse caso o propósito é dar ênfase ao tempo de atuação profissional, o que pode ser algo agregador de valor.

Figura 14 - C9

---

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL:**

---

- **01/2011 a 06/2012 - MAIS DVD LTDA**

**Cargo: Atendente:** Atendimento e recepção ao cliente, lançamento e baixa de notas, cadastro de clientes, apresentação de produtos, organização da loja e mercadorias. Recepção de mercadorias e esclarecimento de dúvidas e negociação de dívidas.

- **12/2012 a 01/2013 – CASAS CAMPELO**

**Cargo: Vendedora:** Atendimento e recepção ao cliente, orientação e especificações dos produtos, auxílio de clientes na escolha, organização da loja e de mercadorias.  
(Período natalino)

- **04/2013 a 11/2014 – GLOBAL SERVIÇOS DE COBRANÇAS**

**Cargo: Recuperadora de Crédito:** Cobrança administrativa de veículos do banco Votorantim, negociação de dívidas a partir de 16 dias em atraso, efetuar cobrança de valores devidos à empresa, contatando devedores e negociando formas de pagamentos. Analisar títulos e documentos de cobranças. Entrar em contato com avalistas ou fiadores. Notificar débitos e registrar informações de negociação com o devedor. Elaborar relatórios de contas e de encerramento de cobrança, atualizar cadastro e identificar cobranças indevidas.

- **10/14 a 04/15 DINÂMICA CORRETORA**

**Cargo: Auxiliar Administrativo:** Anotação e realização de pedidos via telefone e e-mail, monitoramento de pedidos e notas fiscais, Atualizar planilhas de produtos e preços, acompanhar entregas com motoristas, fazer cadastro de pessoas Jurídicas, passar notas e ordens para carregamento e informar ao fornecedor. Emitir ordem de combustível.

**Fonte:** produzido pelo candidato.

No C9 também percebemos a presença das três subunidades. Nesse currículo, o candidato optou por não colocar apenas a duração da contratação, mas também, especificar o ano em que atuou em cada empresa. Essa marcação tem o propósito de conferir a atualidade das experiências, assim, nesse currículo, a ordem do histórico profissional é estabelecida partindo das experiências mais antigas até chegar às mais atuais.

### Figura 15 - C10

#### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

##### **Auxiliar Administrativo**

Prefeitura de Guapimirim - Guapimirim, RJ - Março de 2013 a Outubro de 2016

Fluxo de caixa, Contas à pagar e Receber, Entrada e saída de Notas fiscais, Elaboração de planilhas, Controle diário de despesas, atendimento telefônico, controle de agenda e e-mails, organização de arquivos(documentos), seleção de pessoal e demais atividades inerentes à função.

##### **Agente de trânsito**

Guarda Municipal - Julho de 2011 a Setembro de 2012

Tinha a responsabilidade de orientar, fiscalizar e controlar o trânsito municipal de pedestres e dos veículos que circulam pelas ruas.

##### **Auxiliar Administrativo**

Prefeitura do Rio - Rio de Janeiro, RJ - Julho de 2009 a Abril de 2010

Atividades Desenvolvidas: Analisar, conferir e arquivar documentos, formulários, impressos ou relatórios diversos, Auxiliar na elaboração de documentos, relatórios, planilhas ou formulários; Cadastrar dados, Auxiliar na elaboração e/ou autorização de prontuários e atendimento ao cliente.

Atividades Desenvolvidas: Auxiliar na atualização de dados cadastrais dos clientes, Auxiliar no atendimento telefônico, Orientar clientes e visitantes.

**Fonte:** produzido pelo candidato.

No C10, vemos movimentações semelhantes às dos exemplos anteriores, também podemos identificar as três subunidades que compõem a unidade 5, pois há a identificação das empresas trabalhadas, a descrição das atividades desenvolvidas e a duração do tempo de serviços prestados.

Nesse currículo, assim como no C9, o candidato também optou por não colocar apenas o tempo de duração das atividades exercidas, pontuando também as datas de entrada e saída, mas, diferente do C9, este optou por dar ênfase às experiências mais recentes, que estão no topo da condução das informações, assim ele parte das experiências mais atuais, até chegar às mais antigas.

- Unidade retórica 6 (*Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*)

A unidade 6 é a última unidade retórica que identificamos nos 30 currículos analisados e está presente em 13 currículos. Em relação às demais, essa é a unidade que apresenta menor recorrência, o que implica dizer que os candidatos, em sua maioria, não a consideram como tendo grande relevância.

Os candidatos que optaram por utilizar essa unidade retórica a fizeram a partir de dois propósitos comunicativos. O primeiro diz respeito à especificação de qualificações pessoais que o candidato considera como relevante para a empresa, e, o segundo, visa pontuar informações adicionais que venham a favorecer o perfil em relação à empresa.

Em todos os currículos analisados a unidade 6 aparece como forma de finalização do currículo, ou seja, são as considerações finais tecidas pelo candidato visando um apelo ao avaliador, descrevendo informações extras para convencer o contratante de que o seu perfil deve ser selecionado, pois, uma vez que possui as qualidades e informações extras especificadas, poderá proporcionar uma contribuição ainda maior para a empresa.

Essa unidade é bastante salutar, pois é um dos movimentos em que mais se podem apresentar formas verbais, podendo os candidatos dialogar um pouco sobre si, desse modo, as orações formadas estabelecem uma proximidade entre candidato e avaliador, e se desenvolvem como uma forma de apelo, a fim de que o currículo venha a ser promovido.

Para a comunidade, é através dessa unidade que será possível conhecer um pouco mais sobre o candidato, mesmo que de forma sucinta. Tendo anteriormente conhecido sua identificação, seus objetivos, sua formação profissional, suas experiências, agora, é o momento de observar qualidades pessoais que sejam significativas para o candidato enquanto pessoa e enquanto profissional, assim como avaliar se essas informações podem beneficiar a empresa.

Considerando os propósitos comunicativos descritos, pudemos identificar a recorrência de 2 subunidades pelas quais as informações são conduzidas para o alcance dos propósitos desta unidade: Subunidade 6.1, *Pontuando características pessoais e profissionais* e Subunidade 6.2, *Sintetizando informações adicionais*.

Observemos, então, o quadro que mostra a frequência em que as duas subunidades aparecem no *corpus* analisado.

**Quadro 12 - Frequência das Subunidades da Unidade 6**

CURRÍCULOS	UNIDADE 6	
	SUB 6.1	SUB 6.2
C1		
C2	X	
C3	X	X
C4		
C5		
C6		X
C7		X
C8		
C9		
C10		
C11	X	X
C12		
C13	X	
C14	X	
C15		
C16		
C17		
C18		
C19		
C20		X
C21	X	
C22		
C23	X	
C24	X	
C25	X	
C26	X	X
C27		
C28		
C29		
C30		
<b>TOTAL</b>	10	6
<b>%</b>	77%	46,2

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Observando o quadro, percebemos que dos 13 currículos que possuem a unidade retórica 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*, 77%

apresentam a subunidade 6.1, *Pontuando características pessoais e profissionais* e 46,2% apresentam a subunidade 6.2, *Sintetizando informações adicionais*.

Considerando a porcentagem da frequência de cada subunidade, afirmamos que a 6.1 é colocada em primeiro plano pelos candidatos, já a 6.2 apresenta-se em segundo plano. Assim, podemos inferir que para eles é mais significativo usar este momento para acrescer mais qualificações pessoais e profissionais, que podem render maiores benefícios para as empresas.

Considerando que nessa etapa da seleção o currículo é o representante do candidato, as escolhas lexicais feitas nesta unidade são mais expressivas, como forma de se autopromover e alcançar os propósitos comunicativos imbricados, em que o candidato promove um marketing pessoal através de seu currículo.

De acordo com Rizzo (2011), o marketing pessoal possibilita que o produto pessoa seja colocado em evidência, assim, ao dispor de uma unidade que possibilita elencar qualificações, o propósito principal é tornar-se mais competitivo, demonstrando, ao avaliador, ser alguém com qualidades a mais, em relação aos outros candidatos, agregando diferencial que serão importantes para o contratante.

A seguir, mostramos alguns recortes, para que possamos visualizar a realização dessas duas subunidades e analisarmos a forma pela qual as informações estão dispostas e são conduzidas em ambas, dialogando com os propósitos comunicativos identificados.

**Figura 16 - C11**

### **QUALIFICAÇÕES**

Entre minhas características básicas, encontra-se: adaptabilidade, dinamismo, transparência de atitudes, força de vontade, perfeccionismo, espírito de equipe, bom relacionamento interpessoal. Informo, ainda, que tenho disponibilidade em qualquer horário, de acordo com a necessidade do trabalho em questão. Certo de que poderei ser útil à sua empresa, coloco-me à disposição para prestar-lhe mais esclarecimento.

Sub. 6.1

Sub. 6.2

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Em um primeiro momento, percebemos aqui uma organização em que o candidato tem o objetivo de se autopromover a partir das adjetivações que atribui a si mesmo, afirmando ser “adaptável”, “dinâmico”, “transparente em suas atitudes”, ter “força de vontade”, ser “perfeccionista” e ter “espírito de equipe”. Todas essas

características são dispostas na subunidade 6.1, momento em que se tecem as qualidades pessoais e profissionais.

Em um segundo momento, observamos que o candidato especifica ter disponibilidade para trabalhar em qualquer horário que a empresa esteja precisando, e finaliza se dispondo a participar da entrevista de emprego, já que esta é a próxima etapa do processo de recrutamento, em que serão esclarecidos os demais requisitos para a contratação, ou seja, após elencar suas qualidades e informar um adicional, que é a disponibilidade de horários, o candidato estabelece uma ponte para solicitar que seja chamado para a entrevista, já que se considera “útil” para a empresa.

Observe que as escolhas lexicais culminam para que o avaliador conclua a avaliação do perfil estando certo de que será satisfatório para a empresa contratar o profissional por trás do perfil analisado e tê-lo integrado em seu quadro de funcionários, consciente dos benefícios que ele acrescentará para a empresa.

**Figura 17 - C3**

#### PERFIL PESSOAL

Sou uma pessoa determinada, organizada e de atitudes no exercício das atividades. Gosto de estar em constante aprendizagem, acredito na força do trabalho em equipe, pois é somando conhecimentos e dividindo tarefas que é possível encontrar caminho para o crescimento pessoal e profissional.

Sub. 6.1

---

#### REFERÊNCIAS:

---

Sub. 6.2

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora.

Percebemos, nesse currículo, uma movimentação semelhante ao anteriormente analisado. Há, inicialmente, a presença da subunidade 6.1, momento em que são descritas as qualidades do candidato que podem ser favoráveis para a empresa, tais como “determinação”, “organização” “estar em constante aprendizagem”, dentre outras, com o objetivo de se autopromover e mostrar para o avaliador o potencial de suas qualidades, e que estas são relevantes para a execução das atividades propostas pela empresa.

Posteriormente, na subunidade 6.2, há a exposição de uma informação adicional, diferente do C11, que informou a disponibilidade de horários, este dispôs o contato de referências pessoais, que estão cobertas pela tarja preta, para que não haja a identificação das pessoas e nem de seus contatos. O propósito em colar essa especificação está em poder comprovar, através de outras pessoas, a veracidade das informações prestadas.

Agora, após termos analisado as unidades encontradas em nosso *corpus*, observemos o quadro abaixo para melhor compreendermos a realização das 6 unidades em relação ao propósito comunicativos geral do currículo na inserção dos indivíduos na comunidade empresarial.

**Quadro 13 – Unidades retóricas e propósitos comunicativos**

UNIDADE RETÓRICA	IDENTIFICAÇÃO DO CANDIDATO
Propósitos comunicativos	1. Identificar quem é o candidato à vaga de emprego.
UNIDADE RETÓRICA	EXPOSIÇÃO DE OBJETIVOS
Propósitos comunicativos	2. Apontar as metas pessoais e profissionais. 3. Descrever as contribuições enquanto profissional.
UNIDADE RETÓRICA	DESCRIÇÃO DA FORMAÇÃO ESCOLAR
Propósitos comunicativos	4. Identificar a formação do candidato. 5. Comprovar o respaldo acadêmico do profissional.
UNIDADE RETÓRICA	APRESENTAÇÃO DOS CURSOS REALIZADOS
Propósitos comunicativos	6. Marcar a propriedade de conhecimentos adquiridos. 7. Mostrar respaldo para atuar em determinadas áreas profissionais.
UNIDADE RETÓRICA	DESCRIÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS
Propósitos comunicativos	8. Mostrar o nível de experiência profissional. 9. Comprovar a capacidade para o exercício das profissões elencadas.
UNIDADE RETÓRICA	SINTETIZAÇÃO DE QUALIDADES PESSOAIS E PROFISSIONAIS
Propósitos comunicativos	10. Especificar qualidades relevantes para a empresa. 11. Pontuar informações adicionais que sejam relevantes para a empresa.

**Fonte:** Produzido pela autora.

Todas as Unidades que compõem os currículos buscam efetivar o propósito maior do gênero, que é inserir os indivíduos na comunidade empresarial. Assim, as unidades colaboraram diretamente para o alcance dos propósitos mencionados, e, consequentemente, dialogam com as perspectivas das comunidades discursivas, para que estas possam conhecer e avaliar o perfil dos candidatos.

As escolhas lexicais utilizadas pelos candidatos para conduzir as informações também indicam os propósitos aos quais se destinam e esses propósitos estão interligados à comunidade discursiva na qual o currículo será entregue.

Dessa forma, veremos no tópico a seguir, a relação entre o gênero currículo e a comunidade discursiva empresarial, destacando a relação entre a condução das informações em cada unidade retórica e as comunidades específicas nas quais os currículos foram destinados.

#### **4.2 Analisando a Inter-relação entre a comunidade discursiva empresarial e os currículos**

Nesse tópico, discorremos sobre aspectos que ligam a produção dos currículos à comunidade discursiva empresarial na qual eles circulam, a fim de demonstrarmos de que forma essa comunidade influencia na maneira em que as informações são organizadas e conduzidas.

Desde os estudos de Bakhtin (2000) compreendemos que para produzirmos enunciados com significação e coerência, pressupomos o outro. Desse modo, quando produzimos o gênero currículo, o fazemos a partir de propósitos comunicativos previamente definidos, que vão de encontro aos objetivos que desejamos alcançar em relação ao interlocutor, nesse caso membros da comunidade empresarial.

Para Swales (2016) as comunidades discursivas mais abrangentes podem tanto influenciar, quanto sofrer influência de comunidades mais específicas, ou seja, a forma pela qual as comunidades maiores e menores se comportam estão estritamente interligadas, mas cada comunidade possui suas especificidades, seja por questões locais, de atividades desempenhadas etc.

Nesse viés, as nossas análises se baseiam tanto na comunidade mais ampla, a comunidade empresarial, quanto nas comunidades mais específicas, que são as empresas que atuam em determinadas áreas do ramo empresarial. Dentre elas,

analisamos as do ramo comercial (venda de cosméticos e perfumaria), industrial (de bicicletas, aparelhos *fitness* e ventiladores) e de prestação de serviços (*Telemarketing/Call*).

Como descrito na metodologia, nossas análises estão pautadas em noções indutivas, que pudemos desenvolver a partir do conteúdo encontrado nos currículos analisados. Através das análises, percebemos que, de modo geral, a forma prototípica pela qual eles estão organizados está diretamente ligada à comunidade discursiva.

Ressaltamos que durante as análises observamos que mesmo não tendo uma escrita adequada aos padrões gramaticais da língua portuguesa, isso não teve maior importância para que os candidatos fossem contratados, pois percebemos que as empresas focam nos conteúdos presentes nos currículos, ou seja, os dados e informações apresentadas, mesmo estando com inadequações gramaticais.

Vejamos o exemplo a seguir.

Figura 18 - C25

## PERFIL PROFISSIONAL

- **Dados pessoais:**

**Nome:** [REDACTED]  
**Data de nascimento:** [REDACTED]  
**Estado civil:** Casado  
**Endereço:** Rua [REDACTED], nº [REDACTED]  
**Bairro:** [REDACTED]  
**Fone:** (86) [REDACTED]  
**Email:** [REDACTED]

- **Objetivo:**

Pretendo colocar em práticas todos os conhecimentos adquiridos na educação formal e experiências vivenciadas, em como, os adquiridos com o trabalho, dedicando-me e mostrando responsabilidades para executar as atividades e serviços ao cargo, buscando sempre o crescimento pessoal e profissional, de forma a ajudar no melhor desenvolvimento da empresa.

- **Formação acadêmica:**

Ensino Superior em Serviço Social  
Instituição: Faculdade Santo Agostinho

- **Cursos profissionalizantes:**

Operador de Microcomputador  
Postura e Imagem profissional  
Dinâmica e Teste na Seleção

- **Experiência Profissional:**

Assistente Social (Supermercado Carvalho)  
Assistente Social (Engecop Material de Construção LTDA)  
Auxiliar Administrativo (Escola Comradio do Brasil)  
Secretária Executiva (Escola Comradio do Brasil)

- **Competências pessoais:**

Pontual, Comunicativa, Dinâmico, Espírito de Equipe, Pró- Ativa e disposta a aprender as atividades que me forem designadas.

**Fonte:** Produzido pelo candidato.

Na figura 18, temos um currículo que é composto pelas 6 unidades retóricas encontradas em nossas análises: Unidade retórica 1, *Identificação do candidato*;

Unidade retórica 2, *Exposição de objetivos*; Unidade retórica 3, *Descrição da formação escolar*; Unidade retórica 4, *Apresentação dos cursos realizados*; Unidade retórica 5, *Descrição das experiências profissionais* e Unidade retórica 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*.

Cada uma destas unidades estabelece diálogo direto com a comunidade empresarial, tendo em vista que ao abrir um processo seletivo para a contratação de funcionários, essa comunidade almeja, através do currículo, identificar previamente o candidato à vaga, e, para isso, é essencial que ela saiba informações primordiais, que indiquem se o candidato está apto ou não para prosseguir para as outras etapas do processo de seleção.

Para tal, pudemos perceber, através das informações encontradas, que é necessário que se cheque dados pessoais, acadêmicos, profissionais, objetivos de âmbito pessoal e profissional, bem como informações que apontem diferenciais do candidato, sendo que essas unidades englobam interesses gerais da comunidade mais ampla, que é o mercado de trabalho no âmbito empresarial.

Desse modo, a forma estrutural dos currículos é estabelecida em detrimento da ação de pergunta e das necessidades de conhecimento da comunidade, e o modelo prototípico encontrado visa exercer uma ação de resposta a tais perguntas, preenchendo as lacunas iniciais do processo de seleção. Assim, ao avaliar determinado currículo, o profissional responsável já possui, previamente, uma noção das informações que irá encontrar.

Considerando que o indivíduo terá que se promover através de seu currículo, podemos dizer que as informações dispostas no currículo poderão lhe levar ou não ao alcance de seus objetivos, sendo que a seleção ou exclusão de determinadas unidades podem contrariar a expectativa da comunidade discursiva. Desse modo os produtores do nosso *corpus* buscaram priorizar o que consideraram como mais relevante para a comunidade.

Segundo Williams (1996, p. 27), “o controle consciente da linguagem proporciona um efeito pretendido numa audiência”. O que consiste em dizer que, quando há uma produção consciente, geralmente os resultados são satisfatórios em relação ao retorno do interlocutor. No caso dos currículos que analisamos, os produtores foram bem sucedidos em suas escolhas, tendo em vista que atualmente compõem o quadro de funcionários das empresas para as quais destinaram seu currículo.

Através dos dados encontrados nas análises, pudemos induzir as perguntas mais relevantes para as comunidades discursivas. Observemos no quadro abaixo a demonstração das ações de pergunta da comunidade e as ações de resposta encontradas no C13.

**Quadro 14 - Ações de pergunta e resposta entre comunidade discursiva e candidato**

<b>Ações de pergunta da comunidade</b>	<b>Ações de resposta do candidato</b>
A quem pertence este perfil?	<p>[REDAÇÃO DA PREGUNTA]</p> <p><b>ENDEREÇO:</b> Rua [REDAÇÃO] N° [REDAÇÃO]  <b>Bairro:</b> [REDAÇÃO]  <b>Cidade:</b> Teresina-PI  <b>Brasileiro, Casado,</b> [REDAÇÃO]  <b>Fone:</b> (86) [REDAÇÃO]</p>
Quais os seus objetivos pessoais e profissionais, e de que forma eles pode favorecer a empresa?	<p>Procurar uma oportunidade para desenvolver e melhorar meus conhecimentos, e também algo que possa me instruir de forma crescente e contínua, visando sempre o crescimento entre eu e esta empresa onde na qual me proponho a desenvolver minhas atividades profissionais como colaborador.</p>
Qual a sua formação acadêmica?	<p><b>Instituição:</b> FACULDADE ESTÁCIO  <b>Endereço:</b> Teresina-PI  <b>Curso:</b> ENSINO SUPERIOR EM ADMINISTRAÇÃO  <b>Ano de Conclusão:</b> 2009</p>
Já se qualificou através de cursos profissionais?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração Estratégica</li> <li>• Relações Humanas</li> <li>• Oratória</li> <li>• Excelência no Atendimento</li> <li>• Logística Empresarial</li> <li>• Macroeconomia e Microeconomia Empresarial</li> <li>• Contabilidade Patrimonial e Departamento Pessoa</li> </ul>
Já exerceu atividades profissionais em outras empresas?	<p><b>LOCAL:</b> Eletroluz Materiais de Construção  <b>Função:</b> Gerente de Vendas  <b>Período:</b> 5 anos</p> <p><b>LOCAL:</b> Armazém Paraíba  <b>Função:</b> Gerente de Vendas  <b>Período:</b> 3 anos</p>

Há mais alguma informação sobre você, que considere relevante para nós?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil de pessoa dinâmica, comunicativa, criativa e grande disposição ao trabalho, além de disciplinada e com facilidade de aprendizado.</li> </ul>
---	--

**Fonte:** Quadro produzido pela autora, a partir de dados coletados do C13.

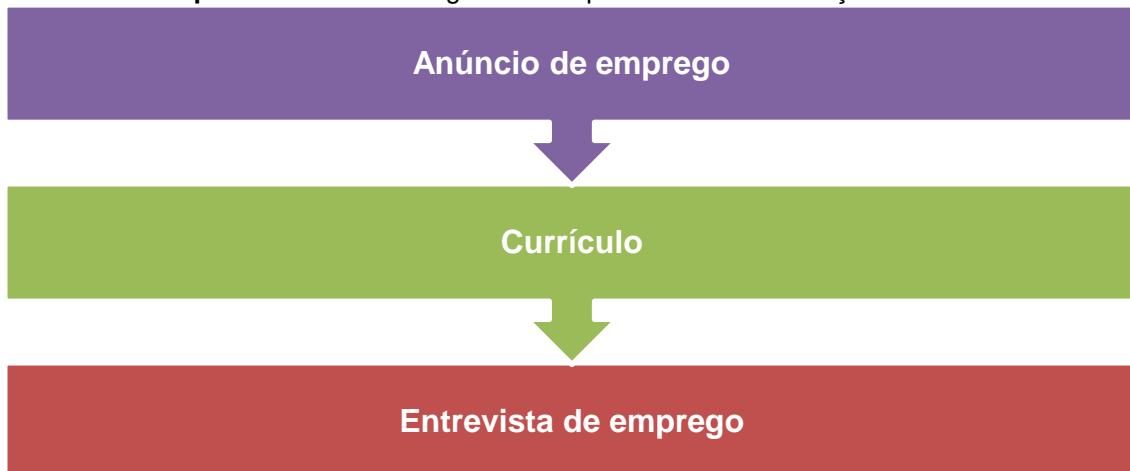
Percebemos que para cada pergunta da comunidade discursiva há uma resposta condizente presente no currículo, o que demonstra que as necessidades comunicativas influenciam diretamente nas unidades que compõem a estrutura dos currículos presentes em nosso *corpus*.

Os candidatos demostram seus objetivos comunicativos através das unidades retóricas, tendo como alvo a comunidade discursiva, logo, as unidades estão diretamente relacionadas às comunidades e há uma interligação entre a produção do currículo, os objetivos do candidato e a visualização da comunidade discursiva.

Considerando a noção de cadeia de gêneros (Swales, 2009), temos, ainda, que o currículo está inserido em uma cadeia em que ele ocupa uma posição intermediária entre a divulgação do anúncio da vaga de emprego e a realização da entrevista. Sendo que esses gêneros estão interligados à comunidade discursiva, desse modo, cada currículo dialoga com os demais gêneros da cadeia, visando atender às necessidades comunicativas imbricadas nesse processo.

Observemos o esquema abaixo, para melhor compreendermos três partes específicas de uma cadeia que não se limita apenas a esses três gêneros, pois possui um desenvolvimento contínuo.

**Esquema 2 - Cadeia de gêneros no processo de contratação de funcionários**



**Fonte:** Produzido pela autora.

Essa cadeia de gêneros é desencadeada pela comunidade empresarial, e pudemos perceber que as unidades compostoriais dos currículos tendem a dialogar com ela, considerando os requisitos do anúncio, para então produzir o currículo, objetivando alcançar sucesso na promoção de seu perfil profissional e poder passar para a outra etapa do processo de contratação, que é a entrevista de emprego. Desse modo, as unidades retóricas buscam corresponder às expectativas da empresa e impulsionar o candidato para que este seja convocado para a entrevista.

Afirmamos, pois, que a estrutura dos currículos é condizente com as expectativas da comunidade discursiva, fazendo-se necessária para que haja uma melhor comunicação entre avaliadores e candidatos.

Vale ressaltar que a presença de um modelo prototípico não implica dizer que o produtor se limita apenas a preencher unidades, pois, mais que responder a perguntas, constatamos que ele seleciona e conduz as informações (subunidades) que compõem as unidades a partir do julgamento das que considera como mais relevante para a comunidade e seguindo os seus propósitos.

Os produtores demonstram conhecimento de que para promover seu perfil é necessário que se faça algo além do esperado, que surpreenda de forma positiva o profissional que irá avaliar o currículo, para que fiquem em evidência suas qualidades profissionais, bem como os benefícios que poderão ser adquiridos através de seus serviços, pois, em se tratando de um processo em que há concorrentes, é necessário que o perfil seja diferenciado dos demais, para ser percebido em meio aos outros.

É na etapa de seleção e organização das informações que compõem as subunidades que o conteúdo encontrado se aproxima mais das comunidades específicas (comercial, industrial e prestação de serviços), saindo do âmbito mais amplo, da comunidade maior, e indo para as especificidades das comunidades menores.

Pelo fato das comunidades “focais” e “folocais” se relacionarem, mesmo os currículos contendo informações que atendem às especificidades das comunidades folocais não perdem sua estrutura prototípica, que atende à comunidade focal, de forma mais geral.

Os currículos a seguir nos permitem explorar aspectos referentes à seleção e organização das informações em relação a cada comunidade específica.

Selecionamos esses recortes do *corpus*, pois, através deles, é possível demonstrar de forma mais clara o que se repete nos demais currículos analisados.

- Comunidade Comercial – venda de cosméticos e perfumaria

Mostramos, através da figura abaixo, os aspectos que ligam as informações contidas nos currículos entregues a essa comunidade às especificidades do ramo comercial.

**Figura 19 - C1**

<b>DADOS PESSOAIS</b>	
Idade: [REDACTED]	
Estado Civil: Solteira	
Endereço: [REDACTED]	
Telefone/celular: (86) [REDACTED]	<b>Unidade retórica 1</b>
E-mail: [REDACTED]	
<b>OBJETIVO</b>	
Contribuir profissionalmente com o desempenho das atividades desenhadas por este estabelecimento, através de meus conhecimentos e participando conjuntamente com a gestão organizacional.	<b>Unidade retórica 2</b>
<b>RESUMO DAS QUALIFICAÇÕES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiência de 6 anos na Loja Rommanel uma empresa de médio/grande porte no segmento de Semi jóias. Trabalhando com eficiência na área de gestão de qualidade e liderança para uma melhoria contínua da empresa.</li> </ul>	<b>Unidade retórica 5</b>
<b>FORMAÇÃO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão de Qualidade</li> <li>• Local: UNIP</li> </ul>	<b>Unidade retórica 3</b>
<b>EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa: Rommanel</li> <li>Função: Gestão de Qualidade e Liderança</li> <li>Período: 02/05/2011 a 07/01/2017</li> </ul>	<b>Unidade retórica 5</b>
<b>CURSO EXTRA CURRICULAR</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspetor de Qualidade - SENAI</li> <li>• Web Design – Escola de Design e Tecnologia</li> <li>• Operador de Telemarketing e Técnicas de Vendas - Microlins</li> <li>• Atendimento ao Cliente - SENAC</li> <li>• Técnico de Informática – Theresina Informática</li> </ul>	<b>Unidade retórica 4</b>

**Fonte:** Produzido pelo candidato.

Se tratando de uma empresa comercial que trabalha diretamente com venda de produtos, percebemos que no C1 as unidades trazem informações que são pertinentes à área de atuação da empresa, com exceção apenas da unidade retórica 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*, que não encontramos neste currículo.

Na unidade retórica 2, *Exposição de objetivos*, o candidato menciona que através de seus conhecimentos poderá contribuir para o desempenho das atividades

realizadas pela empresa, assim, logo de início, inferimos que as informações que serão posteriormente dispostas trarão a descrição de conhecimentos que podem contribuir positivamente para o desenvolvimento da empresa.

Ao analisarmos as demais unidades, percebemos que o candidato seleciona informações que visam criar uma identidade coerente e consistente, através da ligação de informações que possibilitam o seu reconhecimento profissional, bem como suas habilidades e competências.

Desse modo, observamos na unidade retórica 3, *Descrição da formação escolar*, o aval acadêmico exposto pelo candidato ao mencionar sua formação na área de gestão de qualidade, sendo um curso que capacita o profissional para atividades gestoras que podem beneficiar as empresas de diferentes formas, inclusive no aumento de vendas.

Seguindo esse fio, encontramos na unidade retórica 4, *Apresentação dos cursos realizados*, a descrição de diversos curso realizados, dentre eles, destacamos três que estão diretamente ligados à área de vendas, sendo eles: “Inspetor de qualidade”, “Técnicas de vendas” e “Atendimento ao cliente”. Ao enviar um currículo a uma empresa que trabalha com vendas de produtos, considera-se essencial que sejam fornecidas informações que comprovem a capacidade do indivíduo para atuar em uma empresa desse ramo.

Para complementar as informações e transmitir uma imagem segura e confiável, o candidato explana, na unidade retórica 5, a sua experiência de longo prazo em uma empresa que trabalha com vendas de joias, em que afirma ter trabalhado com “eficiência”, “qualidade” e “liderança”, para possibilitar o crescimento contínuo da empresa. Tais escolhas lexicais visam marcar os benefícios proporcionados à empresa em que exerceu a função de gestor de qualidade, benefícios esses que também podem ser atribuídos à empresa para a qual o currículo foi destinado, desde que esta lhe dê a oportunidade de integrar o seu quadro de funcionários.

Analisemos agora um exemplo que representa nossos achados a respeito da comunidade industrial.

- Comunidade Industrial – fabricação de bicicletas, aparelhos fitness e ventiladores

Sendo uma empresa que fabrica produtos para serem revendidos é essencial que haja um profissional responsável pelo marketing da empresa, a fim de, por exemplo, impulsionar novos contratos com empresas parceiras, que irão revender os produtos produzidos por esta indústria.

Assim, veremos a forma pela qual as informações são conduzidas em um currículo que circula nesta comunidade, considerando o setor de marketing.

**Figura 20 - C30**

Av. [REDACTED] – Bairro [REDACTED]  
 CEP: [REDACTED] – Teresina/PI  
 Telefone: (086) [REDACTED]  
 E-mail: [REDACTED]

### **PERFIL PROFISSIONAL**

#### **DADOS PESSOAIS**

**NOME:** [REDACTED] Unidade retórica 1  
**DATA DO NASCIMENTO:** [REDACTED]  
**ESTADO CIVIL:** Casado  
**NATURALIDADE:** Teresina/Piauí  
**NACIONALIDADE:** Brasileiro

---

#### **FORMAÇÃO:**

• **Graduado em Gestão em Marketing, IEST, conclusão em 2011.** Unidade retórica 3

---

#### **EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:**

**EVEREST EQUIPAMENTOS**  
 Função: Gestor de Marketing  
 Período: 07/2009 a 07/2010.

**CLAUDINO S/A LOJAS DE DEPARTAMENTOS (PARAÍBA SHOPPING)**  
 Função: Elaboração de estratégias de vendas  
 Período: 09/2010 a 06/2011.

**PRIME TECNOLOGIA (PROSOFT)**  
 Função: Auxiliar comercial / Analista de Sistema  
 Atividade: Instalação e suporte de sistema contábil.  
 Período: 05/2012 a 10/2014.

**HORUS SOLUÇÕES EM INFORMAÇÃO EIRELE-ME ( PROSOFT )**  
 Função: Gestor de Marketing  
 Atividade: Elaboração de destaque e impacto comercial  
 Período: 11/2014 a 09/2016.

**XTIRE BLINDAGEM DE PNEUS**

Função: supervisor de equipes de marketing

Atividade: prospecção de clientes, elaboração de ações de vendas e divulgação do produto.

Período: 10/2016 a 01/2017.

**POSTOS BLUE LTA**

FUNÇÃO: Auxiliar administrativo;

Atividade: organização de contas a pagar e contas a receber, elaborar folha de pagamento, fazer pagamentos de funcionários, dar entrada e saída em notas fiscais, organizar documentos.

Período: 5/2017 a 07/2017

**Unidade retórica 5**

**CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO:****Curso: INFORMÁTICA**

(WINDOWS, WORD, POWER POINT, EXCEL E INTERNET)

Instituição: Microlins

Duração: 72 horas

**Curso: DIGITAÇÃO**

Instituição: Microlins

**CARTEIRA DE MOTORISTA**

CATEGORIA B.

**Curso: LÍDER ADMINISTRATIVO**

(Prática administrativa 2014; Prática de Recursos Humanos 2014; Práticas financeiras e contábil; Práticas tributárias, fiscais e escrituração eletrônica 2014; Gestão de qualidade 2014; Liderança e Gestão de pessoas; Empreendedorismo; Educação financeira.)

**Unidade retórica 4**

Instituição: Microlins

Duração: 15 meses, 165 horas

**PALESTRAS:**

- Habilidade e Atividades de Vendedores - Microlins 2008.
- Marketing Pessoal - Microlins 2008.
- Dinâmica de Grupo - Microlins 2008.
- Projeto de Vida - Microlins 2008.
- A arte de liderar- Mário Sérgio Cortella 2016.

**Fonte:** Produzido pelo candidato.

Podemos observar que o C30 não possui a unidade retórica 2, *Exposição de objetivos*, e nem a unidade retórica 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*. No entanto, o candidato selecionou as unidades que considerou como primordiais, que, para ele, aguçariam o interesse da empresa por seus serviços.

Nesse caso, o produtor priorizou por expor informações que compõem as unidades 1, *Identificação do candidato*; unidade 3, *Descrição da formação escolar*, unidade 4, *Apresentação dos cursos realizados* e unidade 5, *Descrição das*

*experiências profissionais.* Essa seleção acarretou no sucesso de sua produção, tendo em vista que ele foi contratado pela empresa.

Percebemos, pois, que a comunidade observa os perfis de forma mais direta, a fim de saber, mais especificadamente, quais os respaldos acadêmicos e profissionais que o candidato possui para atestar a sua capacidade para exercer a atividade profissional em questão.

Na unidade 1, são apresentadas informações pessoais do indivíduo, posteriormente, é exposta a formação acadêmica (unidade 3), demonstrando possuir um curso de nível superior na área de gestão de marketing, o que para uma indústria é fundamental, uma vez que o gestor de marketing poderá traçar planejamentos estratégicos para o crescimento da indústria.

Ademais, na unidade 5, o candidato traça um percurso cronológico de experiências profissionais vivenciadas, informando o cargo ocupado e as atividades exercidas, dentre elas, “gestor de marketing”, “elaboração de destaque e impacto comercial” e “supervisor de equipes de marketing”. Desse modo, a comunidade industrial poderá avaliar o grau de experiência e a similaridade entre as atividades já desempenhadas pelo candidato e as atividades com vaga disponível na indústria.

Já na unidade 4, é demonstrada a atualização constante da qualificação profissional, através da realização de cursos e da participação em palestras com “liderança e gestão de pessoas”, “educação financeira”, “marketing pessoal”, “arte de liderar”, dentre outras. Todas essas qualificações estão diretamente relacionadas à sua formação acadêmica e às atividades exercidas nas empresas de seguimentos afins, para as quais prestou seus serviços.

Em uma avaliação geral, há, nesse currículo, uma linha contínua e coerente, pois o candidato demonstra à comunidade discursiva industrial que, caso seja contratado, poderá ser um bom colaborador no desenvolvimento das habilidades dispostas, através de suas qualificações e experiências. Assim, o candidato interliga sua formação acadêmica aos cursos de qualificação realizados e às experiências profissionais vivenciadas para convencer o empregador dos benefícios que poderá oferecer.

- Comunidade de Prestação de Serviços – Telemarketing/Call Center

Essa comunidade trata-se de uma central de atendimento que faz interface entre clientes e empresa através de ligações. A área de *telemarketing/call center* é dividida em vários setores, seja para a resolução de algum problema ou para o oferecimento e contratação de serviços.

Através dos currículos analisados, pudemos perceber que se trata de uma comunidade que preza por habilidades comunicativas. Desse modo, os perfis direcionados a essa comunidade apresentam informações que demonstram a capacidade de exercer tais habilidades.

Por ser composta de setores e estes serem formados por equipes de trabalho, outro quesito bastante relevante é a capacidade de exercer liderança e trabalho em equipe. Esta foi a comunidade na qual mais encontramos especificidades entre a seleção e condução das informações e a comunidade discursiva.

Vejamos o currículo a baixo para melhor compreendermos estas especificidades.

Figura 21 - C12

**PERFIL PROFISSIONAL****DADOS PESSOAIS:**

Nome: [REDACTED]  
 Data de nascimento: [REDACTED]  
 Estado civil: casada  
 CNH: AB  
 End: [REDACTED]  
 Bairro: [REDACTED]  
 Fone: (86) [REDACTED]

Unidade retórica 1

***ESCOLARIDADE:***

**Ensino Superior em Serviço Social**  
**FAEPI**

Unidade retórica 3

***CURSO DE APERFEIÇOAMENTO:***

➢ Operador de Telemarketing  
 Instituição: Microlins Teresina-PI

➢ Digitação  
 Instituição: Microlins Teresina-PI

➢ Curso Atendimento ao Cliente  
 Instituição: Microlins Teresina-PI

➢ Curso de Desenvolvimento de Equipe  
 Instituição: Educação SEBRAE

➢ Representante Comercial e Vendas e Atendimento ao Cliente  
 Instituição: Teresina Informática

Unidade retórica 4

***EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:***

➢ Empresa: Vikstar  
 Função: Televendas  
 Período: 10/2015

➢ Empresa: Clínica Rad Imagem  
 Função: Street, recepcionista, operadora de Telemarketing  
 Período: 2007 – 2014

Unidade retórica 5

***PALESTRAS:***

- Comunicação escrita – 2014
- Como causar uma boa primeira impressão – 2014
- Comunicação verbal e não verbal – 2014
- Projeto de vida – 2014
- Habilidades e atitudes vencedoras – 2014
- Encaminhamento virtual – 2014
- Dinâmica de grupo – 2014

Unidade retórica 4

***HABILIDADES:***

Unidade retórica 6

- Ótimo desempenho em atendimento telefônico, atendimento personalizado ao cliente, cobrança e trabalho em grupo.

**Fonte:** Produzido pelo candidato.

Após a exposição dos dados pessoas na unidade 1, *Identificação do candidato*, é descrita na unidade 3, *Descrição da formação escolar*, a formação acadêmica do candidato na área de serviço social, que se trata de um curso em que o foco de atuação é solucionar as necessidades básicas das pessoas, e, para tal, é necessário que se tenha habilidades comunicativas satisfatórias, bem como a capacidade de lidar com pessoas.

Tais aspectos colaboram com a comunidade para qual o currículo foi destinado, pois para esse seguimento empresarial, saber lidar adequadamente com os clientes é essencial para que a organização seja bem sucedida em seus objetivos.

Na unidade retórica 4, *Apresentação dos cursos realizados*, foram selecionados diversos cursos que estão diretamente ligados à área de *telemarketing/call center*, tais como “Operador de telemarketing”, “atendimento ao cliente” e “desenvolvimento de equipe”. Essa comunidade lida diariamente com atendimento de clientes via linha telefônica, sendo que cada equipe é responsável por determinado setor. Assim, os cursos descritos pelo candidato vão ao encontro dos pressupostos da comunidade discursiva em questão.

Ainda compõe a unidade 4, são apresentadas informações quanto à participação em palestras que também complementam conhecimentos na área de *call center*. Podemos destacar as palestras sobre “habilidades e atitudes vencedoras”, “encaminhamento virtual” e “dinâmica de grupo”. Todos esses complementos são relevantes ter conhecimento quando se trabalha em uma empresa que presta esse tipo de serviço.

Na unidade 5, *Descrição das experiências profissionais*, são apresentadas duas empresas em que o candidato exerceu funções no ramo de telemarketing, sendo que em uma delas a duração de exercício dessa função foi de 7 anos, o que demonstra um conhecimento mais aprofundado nessa área. Vale ressaltar que uma das empresas trabalhadas também presta serviços na área de *telemarketing/call center*. Assim, podemos perceber que a seleção das informações expostas estão sempre visando a comunidade para a qual o currículo será direcionado.

A unidade 6, *Sintetização de qualidades pessoais e profissionais*, apresenta um adicional às habilidades do candidato, em que ele realiza uma avaliação de si mesmo, pontuando seu “ótimo desempenho no atendimento telefônico, aos clientes

e no trabalho em grupo". Tais aspectos buscam demonstrar a capacidade de atuação satisfatória, uma vez que esteja integrado à comunidade.

Percebemos, pois, que a comunidade discursiva influencia na forma pela qual as informações são conduzidas, pois as unidades são compostas tendo como meta suprir as necessidades da comunidade discursiva. Desse modo, as informações são conduzidas a partir do objetivo de responder às indagações das comunidades de forma satisfatória, a fim de que o candidato passe para a próxima etapa da seleção e conseguir chegar ao cargo disponível na empresa responsável pelo recrutamento.

Após termos apresentado e descrito as análises realizadas através dos dados coletados de nosso *corpus*, discorremos, no capítulo seguinte, acerca das considerações finais às quais chegamos após a realização de tais análises.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisamos, nesta dissertação, a condução das informações em textos do gênero currículo e os propósitos comunicativos presentes nas unidades e subunidades encontradas, a fim verificarmos como se dá a organização e condução das informações dispostas, bem como a inter-relação com a comunidade discursiva.

Através das análises aqui expostas, pudemos verificar que vislumbrando conseguir compor o quadro de funcionários das empresas que iniciam processos seletivos para o recrutamento de novos funcionários, os candidatos produzem seus currículos através de unidades e subunidades que lhes possibilitam alcançar diversificados propósitos comunicativos e assim serem bem sucedidos na realização do propósito geral, que é a apresentação do perfil profissional para a empresa, almejando a conquista do emprego.

Os produtores se identificam e descrevem aspectos quanto aos seus objetivos, formação acadêmica, qualificações pessoais e profissionais, bem como experiências profissionais adquiridas, e, assim, vão construindo um perfil de respaldo acadêmico e profissional através das informações dispostas nos currículos. Eles buscam traçar um perfil de credibilidade, e, para isso, organizam e conduzem as informações de modo a legitimar estarem capacitados para assumir o cargo disponível nas empresas contratantes.

Quanto à análise das comunidades discursivas, pudemos perceber que os candidatos buscam estabelecer uma teia para conduzir suas informações, ligando seus objetivos em relação à empresa ao seu respaldo acadêmico, assim como mostrando qualificações em áreas de conhecimento que possam favorecer o contratante, expondo suas experiências profissionais. Esses elementos estabelecem uma inter-relação entre si e entre a comunidade discursiva específica na qual o currículo será direcionado.

As informações dispostas tendem a atender os requisitos do ramo de atuação da empresa em que o candidato seleciona dados que o qualificam para exercer atividades profissionais em determinada área, mostrando formação acadêmica condizente, cursos de qualificação no âmbito dos cargos que poderá ocupar, bem como experiências em outras empresas pertencentes ao mesmo contexto empresarial.

Tais escolhas e direcionamento de informações visam à promoção e destaque do perfil profissional do candidato diante da comunidade discursiva, para que assim ele possa alcançar êxito na produção de seu currículo e cumprir seus objetivos comunicativos.

Constatamos, pois, que as necessidades comunicativas implicam no surgimento dos gêneros e que os objetivos comunicativos presentes na produção dos currículos estão diretamente ligados às unidades/subunidades identificadas, que consequentemente estabelecem um diálogo direto com as comunidades discursivas nas quais circulam.

Desse modo, acreditamos que o presente estudo alcançou os objetivos traçados, embora sintamos a necessidade de analisar esse gênero juntamente com os demais, que se fazem presentes na cadeia de gêneros na qual ele está inserido. Abrimos, então, margem para a realização de possíveis estudos posteriores, visando o preenchimento de tais lacunas.

Considerando os achados, acreditamos que o nosso estudo foi capaz de acrescer contribuições, no que tange à aplicação do modelo CARS proposto por Swales (1990) para a análise de gêneros que circulam na comunidade empresarial, bem como dos pressupostos teóricos da perspectiva da sociorretórica para a análise desses gêneros.

## REFERÊNCIAS

- ASKEHAVE, I.; SWALES, J. M. Genre identification and communicative purpose: a problem and a possible solution. **Applied Linguistics**, v. 22, n. 2, p. 195-212, 2001.
- ASKEHAVE, I.; NIELSEN, A. E. Web-mediated genres: a challenge to traditional genre theory. **Working Papers**, n. 6, p. 1-50, 2004.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- BHATIA, V. K. **Analysing genre**: language use in professional settings. London: Longman, 1993.
- \_\_\_\_\_. A análise de gêneros hoje. In: BEZERRA, B. G.; BIASI-RODRIGUES, B.; CAVALCANTE, M. M. (Org.). **Gêneros e sequências textuais**. Recife: EDUPE, 2009. P. 197-220.
- BIASI-RODRIGUES, B. **Estratégias de condução de informações em resumos de dissertações**. Florianópolis: UFSC, 1998. (Tese de doutorado).
- BIASI-RODRIGUES, B.; BEZERRA, B. G. Propósitos comunicativos em análise de gêneros. **Linguagem em (Dis)curso**, **Tubarão**, v. 12, n. 1, p. 231-249, jan./abr. 2012.
- BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. HOFFNAGEL, Judith Chambliss; DIONÍSIO, Angela Paiva (orgs.). Tradução e Adaptação: HOFFNAGEL, Judit Chambliss. São Paulo: Cortez, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Gênero, agência e escrita**. HOFFNAGEL, Judit Chambliss; DIONÍSIO, Angela Paiva (orgs.). Tradução e Adaptação: HOFFNAGEL, Judit Chambliss. São Paulo: Cortez, 2006.
- BEZERRA, B. G. **Gêneros no contexto brasileiro**: questões [meta] teóricas e conceituais. São Paulo: Parábola Editorial, 2017.
- \_\_\_\_\_. A organização retórica de resenhas acadêmicas. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 3, n. 1, p. 37-68, jul./dez. 2002.
- BERNARDINO, C. G. **Depoimento dos alcoólicos anônimos**: um estudo do gênero textual. Fortaleza, 2000. Dissertação – Universidade Federal do Ceará.
- BARTHO, V. D. O. R.; AZEREDO, L. A. S. O ensino do gênero discursivo *curriculum vitae* em cursos de tecnologia por meio de sequência didática. **Leitura: Teoria & Prática**, Campinas, São Paulo, v. 34, n. 68, p. 107-121, 2016.
- CARVALHO, G. Gênero como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão metodológica e um exemplo de aplicação. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Org.). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. P. 130-149.

Côrtes, D. L. A. et al. **Gêneros currículo e entrevista de emprego – produção textual**. Blog UFS, 2017. Disponível em <<https://linguadinamica.wordpress.com/2017/07/11/genero-curriculo-e-entrevista-producao-textual/>>. Acesso em 03 de Outubro de 2017.

DEVITT, A. J. **Writing genres**. Southern Illinois University Press, 2004.

HEMAIS, B.; BIASI-RODRIGUES, B. A proposta sociorretórica de John M. Swales para o estudo dos gêneros textuais. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Org.). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. P. 108-129.

KAY, H.; DUDLEY-EVANS, T. Genre: what teachers think. **ELT Journal**, Oxford, v. 52, n. 4, p. 308-314, 1998.

MEURER, J. L. (1997). Esboço de um modelo de produção de textos. In: Meurer, J. L.; Motta-Roth, D. (orgs.). **Parâmetros de textualização**. Santa Maria: Editora da UFSM.

MOTTA-ROTH, D. **Rhetorical Features and Disciplinary Cultures: a genrebased study of academic book reviews in linguistics, chemistry and economics**. 1995. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MILLER, C. Genre as social action. **Quarterly journal of speech**, v. 70, pp. 151-167, 1984.

\_\_\_\_\_. Genre as social action. In: FREEDMAN, A.; MEDWAY, P. (Org.). **Genre and the new rhetoric**. London: Taylor & Francis 1994. p. 23-42.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

RIZZO, Cláudio. **Marketing Pessoal no contexto pós-moderno**. 3. Ed. São Paulo: Trevisan, 2011.

SILVEIRA, M. I. M. **Análise de Gênero Textual: concepções socio-retórica**. Maceió: EDUFAL, 2005.

SILVA, L. dos S. **A Retórica do gênero entrevista de emprego**. 2011. Dissertação (Mestrado em Linguística) — Universidade Federal do Piauí.

SOUZA, M. G. de; BASSETTO, L. M. T. Os processos de apropriação de gêneros acadêmicos (escritos) por graduandos em letras e as possíveis implicações para a formação de professores/pesquisadores. **RBLA**, Belo Horizonte, v. 14, n. 1, p. 83-110. 2014.

SWALES, J. M. **Genre Analysis: English in Academic and Research Settings**. Cambridge (UK); New York: Cambridge University Press, 1990.

- \_\_\_\_\_. **Research Genres:** Exploration and Applications. Cambridge (UK); New York: Cambridge University Press, 2004.
- \_\_\_\_\_. Repensando gêneros: nova abordagem ao conceito de comunidade discursiva. In: BEZERRA, B. G.; BIASI-RODRIGUES, B.; CAVALCANTE, M. M. (Org.). **Gêneros e sequências textuais.** Recife: EDUPE, 2009. P. 197-220.
- \_\_\_\_\_. Reflections on the concept of discourse community. **Asp (Online)**, n. 69, 2016.
- WILLIAMS, J. D. **Preparing to teach writing.** New Jersey: Lawrence Eribaum Associates, 1996.

## ANEXOS ANEXO 1 – C1

---

### DADOS PESSOAIS

---

Idade: [REDACTED]

Estado Civil: Solteira

Endereço: [REDACTED]

Telefone/celular: (86) [REDACTED]

E-mail: [REDACTED]

---

### OBJETIVO

---

Contribuir profissionalmente com o desempenho das atividades desenhadas por este estabelecimento, através de meus conhecimentos e participando conjuntamente com a gestão organizacional.

---

### RESUMO DAS QUALIFICAÇÕES

---

- Experiência de 6 anos na Loja Rommanel uma empresa de médio/grande porte no segmento de Semi jóias. Trabalhando com eficiência na área de gestão de qualidade e liderança para uma melhoria contínua da empresa.

---

### FORMAÇÃO

---

- Gestão de Qualidade
- Local: UNIP

---

### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

---

- Empresa: Rommanel
- Função: Gestão de Qualidade e Liderança
- Período: 02/05/2011 a 07/01/2017

---

### CURSO EXTRA CURRICULAR

---

- Inspetor de Qualidade - SENAI
- Web Design – Escola de Design e Tecnologia
- Operador de Telemarketing e Técnicas de Vendas - Microlins
- Atendimento ao Cliente - SENAC
- Técnico de Informática – Theresina Informática

## ANEXO 2 – C2

### INFORMAÇÕES PESSOAIS

Brasileira, Solteira, [REDACTED]  
Rua [REDACTED] Teresina-PI  
Telefone(s): (86) [REDACTED]  
E-mail: [REDACTED]

Cidade de nascimento: Teresina-PI

### OBJETIVO

Em busca de nova perspectiva profissional na área EMPRESARIAL, apresento-lhes meu currículum. Entre minhas características básicas, encontra-se força de vontade, bom relacionamento, adaptabilidade. Certo de que serei útil à sua empresa, coloco-me á disposição para presta-lhe mais esclarecimentos.

### ESCOLARIDADE

- Bacharelado em Ciências Contábeis  
Faculdade CET

### CURSOS EXTRAS CURRICULARES

- **Gerenciamento Administrativo**  
Instituição - Instituto Nacional De Referência Em Educação Profissional Aprendiz Sem Fronteiras  
Período - 04/03/2017 - 08/04/2017
- **Operador de Telemarketing & Técnicas de Vendas**  
Instituição - UMSF - Cursos Profissionalizantes  
Período - 05/11/2016 - 28/01/2017
- **Operador de Caixa & Atendimento á Clientes**  
Instituição - UMSF - Cursos Profissionalizantes  
Período - 05/11/2016 - 28/01/2017
- **Rotinas Administrativas e Contabilidade**  
Instituição - UMFS - Cursos Profissionalizantes  
Período - 05/11/2016 - 28/01/2017
- **Empreendedorismo e Chefia e Liderança**  
Instituição - UMFS - Cursos Profissionalizantes Período - 05/11/2016 - 28/01/2017

- **Curso de vendas**

Instituição - Fundação Wall Ferraz

Período - 06/07/2015 - 19/08/2015

- **Informática**

Instituição - Centro da Juventude Santa Cabrini

Período - 20/09/2010 - 25/11/2010

## **APRESENTAÇÃO**

---

Sou uma pessoa dedicada e esforçada em tudo o que me proponho a fazer, assim, preciso de uma oportunidade para desempenhar as qualificações profissionais que adquiri no decorrer de meu desenvolvimento pessoal e profissional. Espero em breve compor o quadro de funcionários desta conceituada empresa, podendo contribuir diretamente para o crescimento da mesma, agregando com meus conhecimentos e qualidades.

**ANEXO 3 – C3****"PERFIL PROFISSIONAL"**

Rua [REDACTED]  
[REDACTED] Teresina-PI  
Brasileira, Solteira, Data Nasc.: [REDACTED]  
RG: [REDACTED] CPF: [REDACTED] CNH - Cat. "AB"  
Possui Trasporte  
FONE: (86) [REDACTED]

---

**OBJETIVO:**

Coloco-me a disposição desta empresa para compor seu quadro de funcionários e somar na qualidade dos seus serviços. Tenho responsabilidade e disposição para efetuar o trabalho que me for confiado, por isso quero participar do processo seletivo, para exercer o cargo disponível pela empresa e fazer o melhor possível nos devidos trabalhos a serem cumpridos.

**FORMAÇÃO ACADÊMICA:**

Ensino Superior em Gestão de Qualidade pela Faculdade Estácio

**INFORMAÇÕES DE QUALIFICAÇÃO PROFISSINAL**

Tenho conhecimentos adquiridos com certificação nas seguintes áreas:

- Aux. Administrativo
- Informática Avançada
- Departamento de pessoal
- Telemarketing

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL:**

Empresa: Zebrinha Loteria LTDA Shopping

Cargo: Gerente

Período: 05 anos

Empresa: Loteria Sabor da Sorte LTDA Shopping

Cargo: Operadora de Caixa

Período: 02 anos

Empresa: Vikstar

Cargo: Supervisora

Período: 1 Ano

Empresa: GRC Treinamentos  
Cargo: Operadora de Telemarketing  
Período: 01 ano e 06 meses

### PERFIL PESSOAL

Sou uma pessoa determinada, organizada e de atitudes no exercício das atividades. Gosto de estar em constante aprendizagem, acredito na força do trabalho em equipe, pois é somando conhecimentos e dividindo tarefas que é possível encontrar caminho para o crescimento pessoal e profissional.

### REFERÊNCIAS:

[REDACTED]

de Automação

do setor de vendas e marketing. Tendo como objetivo a descoberta de novos mercados e a conquista de novos clientes. Através da realização de pesquisas de campo e a elaboração de relatórios de resultados.

### EXPERIÊNCIA

de Automação

**ANEXO 4 – C4****PERFIL PROFISSIONAL**

RUA [REDACTED] THE-PI

CASADO, BRASILEIRO, [REDACTED]

RG: [REDACTED]

CPF: [REDACTED]

TÍTULO DE ELEITOR: [REDACTED] ZONA [REDACTED] SSP-PI

CARTEIRA RESERVISTA: [REDACTED]

CARTEIRA DE TRABALHO: [REDACTED] SÉRIE: [REDACTED]

CARTEIRA DE HABILITAÇÃO: CAT.: "A"

FILIAÇÃO: [REDACTED]

FONE: (86) [REDACTED]

**PERFIL PROFISSIONAL**

Dinâmico, Pontual e Polivalente

**FORMAÇÃO ESCOLAR:**

"Unidade Escolar Nair Gonçalves"

Curso: 1º grau

Cidade: Teresina-PI

"Escola Técnica Estadual Mons. José L. Barbosa Cortez"

Curso: 2º grau

Cidade: Teresina-PI

"Faculdade do Piauí – FAPI"

Curso: Ciências Contábeis

Cidade: Teresina-PI

**REFERENCIA PARTICULAR:**

[REDACTED]

**REFERENCIA COMERCIAL**

Ótica Elis

[REDACTED]

Armazém JM

[REDACTED]

## **EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

### **Fontinele e Fontinele**

**Endereço:** Av. Getúlio Vargas, 1310

**Cargo:** Contador

### **Armazém JM**

**Endereço Atual:** Av. Ivan Tito de Oliveira, 1617 Lourival P. (216-8880)

**Cargo:** Auxiliar de cobrança, setor de contabilidade

### **Guadalajara Ind. De Roupas S/A**

**Endereço Atual:** Av. Presidente Médici

**Cargo:** Revisor de contas, setor de contabilidade

### **J. Monte Construção**

**Cargo:** Contador

## **CURSOS**

Operador e digitador de Microcomputador (**HD INFORMÁTICA**)

Serviços de Contabilidade (**SENAC**)

Técnico de Vendas (**SENAC**)

Gestor Administrativo (**GLOBAL**)

## **METAS**

Desempenhar todas as atividades atribuídas a mim com dinamismo e competência, buscando sempre manter uma postura profissional e ética, a fim de alcançar as metas estabelecidas, considerando as parcerias e o trabalho em equipe pra a realização de um melhor desempenho.

**ANEXO 5 – C5**  
**PERFIL PROFISSIONAL**

---

Data de Nascimento: [REDACTED], brasileira,  
solteira, natural de Teresina-PI.

End.: [REDACTED]

Bairro: [REDACTED] Teresina-PI

Fones: (86) [REDACTED]

---

**OBJETIVO**

Desempenhar tarefas na área do cargo pretendido, aplicando os conhecimentos adquiridos para desenvolver com qualidade, responsabilidade e eficiência as atividades a mim atribuídas, procurando me aprimorar nos trabalhos desenvolvidos, visando o sucesso profissional e o progresso desta empresa.

**FORMAÇÃO ESCOLAR**

Pós-Graduação em Psicopedagogia Institucional, Clínica, Empresarial e Hospitalar  
Instituição: Faculdade IESB – Instituto de Educação Superior do Brasil

**CURSOS REALIZADOS**

Informática Básica  
Dislexia e Atenção  
Pedagogia Empresarial  
Noções de Psicologia e Aprendizagem  
Coordenação Pedagógica  
Ética, Postura e Imagem Profissional

**EXPERIÊNCIAS**

**Empresa:** Semed  
**Função:** Psicopedagoga Institucional  
**Período:** 01 Ano

**Empresa:** Babylandia  
**Cargo:** Psicopedagoga Empresarial  
**Período:** 01 Ano e 05 meses

**Empresa:** Biolife Cosméticos LTDA-ME  
**Cargo:** Psicopedagoga Empresarial  
**Período:** 02 Anos

## ANEXO 6 – C6

### • **PERFIL PROFISSIONAL**

#### **1. DADOS PESSOAIS**

**Estado Civil:** Solteira

**Naturalidade:** Piauiense

**Idade:** [REDACTED]

**Endereço:** Rua [REDACTED]

**Bairro:** [REDACTED] Teresina-PI

**TEL:** (86) [REDACTED]

#### **2. ESCOLARIDADE**

Formada em Psicopedagogia pela Estácio

#### **3. CURSOS PROFISSIONALIZANTES**

- ✓ Técnica em infonet para computadores
- ✓ Assistente financeiro
- ✓ Assistente de faturamento

#### **4. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

➤ **Empresa:** Dondocas

**Cargo:** Operador de Telemarketing

➤ **Empresa:** Vikstar

**Cargo:** Operador de Telemarketing

➤ **Empresa:** Carvalho Supermercado

**Cargo:** Auxiliar Administrativo

➤ **Empresa:** Lojas Nayanna Fonseca

**Cargo:** Atendimento ao Cliente

#### **5. OBJETIVO**

Compor o quadro de funcionários, trabalhar com crescimento e modernização como também adquirir novos conhecimentos e desenvolvimento profissional, proporcionando bem estar ao grupo de trabalho, ao cliente, e prestando um ótimo serviço à empresa e a todos os envolvidos.

#### **6. OBSERVAÇÃO**

Declaro que todas as informações presentes neste documento são verdadeiras, e coloco-me à inteira disposição para quaisquer esclarecimentos.

**ANEXO 7 – C7**

[REDACTED]  
Brasileiro, solteiro, [REDACTED]  
Rua [REDACTED] [REDACTED]  
[REDACTED] – [REDACTED]  
Telefone: [REDACTED] | E-mail: [REDACTED]

**OBJETIVO**

---

Pretendo desempenhar minhas habilidades profissionais na área de Administração.

**FORMAÇÃO**

---

- Graduado em Administração. ESTÁCIO.

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

---

- **2012-2016 – Marfel Móveis**  
Cargo: Administrador

- **2011-2012 – Eletro Data Engenharia**  
Cargo: Assistente Financeiro

**QUALIFICAÇÕES**

---

- Conhecimentos em espanhol e francês
- Curso de Gestão de Investimentos
- Comunicação empresarial e marketing
- Gestão estratégica de negócios
- Controladoria e finanças corporativas

**INFORMAÇÕES ADICIONAIS**

---

- Disponibilidade para mudança de cidade ou estado e adequação de horários.

## ANEXO 8 – C8

### **PERFIL PROFISSIONAL**

### **INFORMAÇÕES PESSOAIS**

---

Nome: [REDACTED]

Estado Civil: Casada

Endereço: Rua [REDACTED], Nº [REDACTED] - (86) [REDACTED]

E-mail: [REDACTED]

### **FORMAÇÃO ACADÊMICA**

---

- **Ensino superior:** Licenciatura Plena em Letras-Português (de 2001 a 2005), na Universidade Estadual do Piauí – UESPI.

### **EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS**

---

- Auxiliar Administrativo Financeiro no Coco Bambu LTDA, de 13/10/2014 a 24/07/2017;
- Recepção no Fiscal Curso, de 08/01/2014 a 20/07/2014;
- Secretaria no Colégio Objetivo, de 09/07/2012 a 09/05/2013;
- Secretaria CAA (Centro de Atendimento ao Aluno), no Colégio CEV, de 01/04/2011 a 04/05/2012;
- Inspetora na empresa R.T.Fonteles, de 01/02/2008 a 21/03/2011;
- Recepção na empresa Fortes Informática, de 01/08/2006 a 03/09/2007;
- Promotora da Nestlé, de 10/05 a 21/05/2006;
- Secretaria no Colégio Roberto Alencar, de 02/01/2003 a 08/01/2005;
- Vendedora na Carvi Modas, de 01/12/1999 a 31/03/2000;
- Bibliotecária no Colégio Certo, de 01/08/2000 a 01/07/2001;
- Recepção no Colégio Lavoisier, de 01/08/1997 a 25/05/1999;
- Bibliotecária no Instituto Dom Barreto, de 01/08/1988 a 08/08/1989.

### **CURSOS E PALESTRAS**

---

- Curso: Gestão Básica em Crédito e Cobranças (SEBRAE), no período de 11/06/2007 a 15/06/2007;
- Palestra: “Motivando-se para Fazer a Diferença”(Blue Tree Hotel);
- Curso: Secretaria Básica (SENAC);
- Curso: Recepção (SENAC);
- Curso: Computação (MCM Sistemas);
- Curso: Inglês (Challenge Idiomas);
- Curso: Literatura Infantil (Universidade Federal do Piauí – UFPI).

## ANEXO 9– C9

Brasileira, Solteira, [REDACTED]  
 Quadra [REDACTED]  
 Teresina - PI  
 E-mail: [REDACTED]  
 Fone: (86) [REDACTED]

**Objetivo:**

Desejo trabalhar com qualidade e responsabilidade, com anseio de dedicar todos os meus conhecimentos na função, bem como me disponibilizar a aprender novas técnicas, táticas e agilidades inerentes à função.

**FORMAÇÃO ACADÊMICA:**

Graduação em Gestão de Recursos Humanos (concluído) IEST - Teresina

**CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO:**

- Informática básica e avançada.
- Secretariado Básico, Executivo.
- Auxiliar de Farmácia, Atendente Bancário, Secretário (a) Executivo e Escolar, Auxiliar de Segurança no Trabalho, Balconista, Embalador e Empacotador, Auxiliar de Clínica Médica e Odontológica, Promotor (a) e Organizador (a) de Festas e Eventos, Auxiliar de Análise Clínica e Laboratoriais, Auxiliar de Veterinária, Garçom e Primeiros Socorros.
- Marketing Turístico, Inglês Técnico p/ Turismo, Técnicas p/ Recepção de Hotel.

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL:**

- 01/2011 a 06/2012 - MAIS DVD LTDA

**Cargo: Atendente:** Atendimento e recepção ao cliente, lançamento e baixa de notas, cadastro de clientes, apresentação de produtos, organização da loja e mercadorias. Recepção de mercadorias e esclarecimento de dúvidas e negociação de dívidas.

- 12/2012 a 01/2013 – CASAS CAMPELO

**Cargo: Vendedora:** Atendimento e recepção ao cliente, orientação e especificações dos produtos, auxílio de clientes na escolha, organização da loja e de mercadorias.  
 (Período natalino)

- 04/2013 a 11/2014 – GLOBAL SERVIÇOS DE COBRANÇAS

**Cargo: Recuperadora de Crédito:** Cobrança administrativa de veículos do banco Votorantim, negociação de dívidas a partir de 16 dias em atraso, efetuar cobrança de valores devidos à empresa, contatando devedores e negociando formas de pagamentos. Analisar títulos e documentos de cobranças. Entrar em contato com avalistas ou fiadores. Notificar débitos e registrar informações de negociação com o devedor. Elaborar relatórios de contas e de encerramento de cobrança, atualizar cadastro e identificar cobranças indevidas.

- 10/14 a 04/15 DINÂMICA CORRETORA

**Cargo: Auxiliar Administrativo:** Anotação e realização de pedidos via telefone e e-mail, monitoramento de pedidos e notas fiscais, Atualizar planilhas de produtos e preços, acompanhar entregas com motoristas, fazer cadastro de pessoas Jurídicas, passar notas e ordens para carregamento e informar ao fornecedor. Emitir ordem de combustível.

**ANEXO 10 – C10****Perfil Profissional****Administração**

Teresina, PI

– (86) [REDACTED]

End.: Residencial [REDACTED] Quadra: [REDACTED]

*Estou à procura de novos desafios profissionais buscando uma efetivação no mercado, visando o desenvolvimento de um todo o trabalho e claro gerando resultados. Conseguir concretizar a forma de possibilitar este crescimento qualitativo e quantitativo para a empresa.*

**FORMAÇÃO ACADÊMICA**

Ensino Superior em Administração de Empresas

Instituição de Ensino: Unopar

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL****Auxiliar Administrativo**

Prefeitura de Guapimirim - Guapimirim, RJ - Março de 2013 a Outubro de 2016

Fluxo de caixa, Contas à pagar e Receber, Entrada e saída de Notas fiscais, Elaboração de planilhas, Controle diário de despesas, atendimento telefônico, controle de agenda e e-mails, organização de arquivos(documentos), seleção de pessoal e demais atividades inerentes à função.

**Agente de trânsito**

Guarda Municipal - Julho de 2011 a Setembro de 2012

Tinha a responsabilidade de orientar, fiscalizar e controlar o trânsito municipal de pedestres e dos veículos que circulam pelas ruas.

**Auxiliar Administrativo**

Prefeitura do Rio - Rio de Janeiro, RJ - Julho de 2009 a Abril de 2010

Atividades Desenvolvidas: Analisar, conferir e arquivar documentos, formulários, impressos ou relatórios diversos, Auxiliar na elaboração de documentos, relatórios, planilhas ou formulários; Cadastrar dados, Auxiliar na elaboração e/ou autorização de prontuários e atendimento ao cliente.

Atividades Desenvolvidas: Auxiliar na atualização de dados cadastrais dos clientes, Auxiliar no atendimento telefônico, Orientar clientes e visitantes.

## ANEXO 11– C11

### **PERFIL PROFISSIONAL**

#### **DADOS PESSOAIS:**

**NOME:** [REDACTED]

**ESTADO CIVIL:** Solteira

**CNH:** AB – Possuo Transporte próprio

**END:** Rua [REDACTED]

**BAIRRO:** [REDACTED] Teresina-PI

**FONE:** (86) [REDACTED]

#### **OBJETIVO:**

Coloco-me à disposição desta empresa para compor o seu quadro de funcionários, tenho a disponibilidade para efetuar qualquer trabalho que me for indicado; consciente das minhas habilidades humanas desempenharei o meu trabalho de forma dinâmica.

#### **ESCOLARIDADE:**

**Ensino Superior em Administração de Empresas**

**Instituição:** FAPI

#### **CURSO DE APERFEIÇOAMENTO:**

- Marketing e Técnicas em vendas
- Informática
- Gestão empresarial
- Gestão e Administração de Pequenas e Médias Empresas
- Técnicas de Negociação
- Planejamento Estratégico
- Cooperativismo e Associativismo

**Entidade:** FUNADEPI

#### **EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:**

**Empresa:** Lojas Marisa

**Função:** Auxiliar Administrativo

**Empresa:** Frigopil

**Função:** Gerente de Vendas

**Empresa:** Beleza & Cia LTDA.

**Função:** Administrativo

**Empresa:** VikStar

**Função:** Supervisor

#### **QUALIFICAÇÕES**

Entre minhas características básicas, encontra-se: **adaptabilidade, dinamismo, transparência de atitudes, força de vontade, perfeccionismo, espírito de equipe, bom relacionamento interpessoal.** Informo, ainda, que tenho disponibilidade em qualquer horário, de acordo com a necessidade do trabalho em questão. Certo de que poderei ser útil à sua empresa, coloco-me à disposição para prestar-lhe mais esclarecimento.

## ANEXO 12– C12

### **PERFIL PROFISSIONAL**

#### **DADOS PESSOAIS:**

**Nome:** [REDACTED]  
**Data de nascimento:** [REDACTED]  
**Estado civil:** casada  
**CNH:** AB  
**End:** [REDACTED]  
**Bairro:** [REDACTED]  
**Fone:** (86) [REDACTED]

#### **ESCOLARIDADE:**

**Ensino Superior em Serviço Social**  
**FAEPI**

#### **CURSO DE APERFEIÇOAMENTO:**

➤ **Operador de Telemarketing**  
**Instituição:** Microlins Teresina-PI

➤ **Digitação**  
**Instituição:** Microlins Teresina-PI

➤ **Curso Atendimento ao Cliente**  
**Instituição:** Microlins Teresina-PI

➤ **Curso de Desenvolvimento de Equipe**  
**Instituição:** Educação SEBRAE

➤ **Representante Comercial e Vendas e Atendimento ao Cliente**  
**Instituição:** Teresina Informática

#### **EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:**

➤ **Empresa:** Vikstar  
**Função:** Televendas  
**Período:** 10/2015

➤ **Empresa:** Clínica Rad Imagem  
**Função:** Street, recepcionista, operadora de Telemarketing  
**Período:** 2007 – 2014

#### **PALESTRAS:**

- Comunicação escrita – 2014
- Como causar uma boa primeira impressão – 2014
- Comunicação verbal e não verbal – 2014
- Projeto de vida – 2014
- Habilidades e atitudes vencedoras – 2014
- Encaminhamento virtual – 2014
- Dinâmica de grupo – 2014

#### **HABILIDADES:**

- Ótimo desempenho em atendimento telefônico, atendimento personalizado ao cliente, cobrança e trabalho em grupo.

**ANEXO 13 – C13**

**ENDEREÇO:** Rua [REDACTED] N° [REDACTED]  
Bairro: [REDACTED]  
Cidade: Teresina-PI  
Brasileiro, Casado, [REDACTED]  
Fone: (86) [REDACTED]

**OBJETIVO**

Procurar uma oportunidade para desenvolver e melhorar meus conhecimentos, e também algo que possa me instruir de forma crescente e contínua, visando sempre o crescimento entre eu e esta empresa onde na qual me proponho a desenvolver minhas atividades profissionais como colaborador.

**FORMAÇÃO ACADÊMICA**

**Instituição:** FACULDADE ESTÁCIO

**Endereço:** Teresina-PI

**Curso:** ENSINO SUPERIOR EM ADMINISTRAÇÃO

**Ano de Conclusão:** 2009

**CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO**

- Administração Estratégica
- Relações Humanas
- Oratória
- Excelência no Atendimento
- Logística Empresarial
- Macroeconomia e Microeconomia Empresarial
- Contabilidade Patrimonial e Departamento Pessoa

**EXPERIÊNCIA**

**LOCAL:** Eletroluz Materiais de Construção

**Função:** Gerente de Vendas

**Período:** 5 anos

**LOCAL:** Armazém Paraíba

**Função:** Gerente de Vendas

**Período:** 3 anos

**INFORMAÇÕES ADICIONAIS**

- Perfil de pessoa dinâmica, comunicativa, criativa e grande disposição ao trabalho, além de disciplinada e com facilidade de aprendizado.

**ANEXO 14– C14**

**Data de nascimento:** [REDACTED]

**RG:** [REDACTED]

**CPF:** [REDACTED]

**Endereço:** QD [REDACTED] Teresina-PI.

**Telefone:** (86) [REDACTED]

**FORMAÇÃO ESCOLAR**

Ensino Superior em Pedagogia Completo → FAIBRA

Concluído em Maio de 2016

**CONHECIMENTOS**

- Qualidade no atendimento ao cliente
- Vendedora de Lojas e Supermercados
- Informática
- Marketing
- Telemarketing
- Auxiliar Administrativo

**CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**

Identifico-me com o perfil dos que queiram a superação contínua de desafios profissionais podendo assim expressar meu dinamismo e capacitação para o pleno desenvolvimento da empresa.

**OBJETIVO**

Em busca de uma oportunidade para desenvolver e melhorar meus conhecimentos, e também algo que possa me instruir de forma crescente e contínua visando sempre o crescimento entre eu e a empresa.

## ANEXO 15– C15

### PERFIL PROFISSIONAL

---

Brasileira, Solteira, [REDACTED]  
Quadra [REDACTED] Apto. [REDACTED] – Teresina-Piauí  
CEP [REDACTED]  
Contatos: (86) [REDACTED]  
Email: [REDACTED]

---

#### OBJETIVO:

Atuar em empresas comerciais, industriais e de serviços, nas áreas de Gestão de recursos humanos e de sistemas de informação, para que eu possa colocar em prática meus conhecimentos técnicos e profissionais, com eficiência e proatividade, colaborando para um bom ambiente de trabalho.

#### ESCOLARIDADE:

Ensino Tecnológico – Gestão em Sistemas de Informação  
Faculdade IEST – Teresina - PI  
Período: 2013 a 2015

Ensino Tecnológico – Gestão em Recursos Humanos  
Faculdade IEST – Teresina-PI  
Período: 2010 a 2012

#### CURSOS PROFISSIONALIZANTES:

Informática Básica  
Técnicas de Vendas  
Recepcionista de Clínicas  
Telemarketing  
Atendimento ao Público  
Local: Asa Express  
Período: 05/2008 a 08/2008

#### EXPERIÊNCIA:

Antares Veículos  
Função: Gestão de RH  
Período: 2016 a 2018

Lojas Collection - Teresina Shopping  
Função: Gestão de RH  
Período: 2014 a 2015

Orion Card Tecnologia .  
Função: Auxiliar Administrativo  
Período: 2011

Droga Rocha Distribuidora Ltda  
Função: Auxiliar de Faturamento  
Período: 2008 a 2010

**ANEXO 16– C16**

Nascimento: [REDACTED]  
Estado civil: Solteiro  
Endereço: Rua [REDACTED] N°: [REDACTED]  
Bairro: [REDACTED] – Teresina-Piauí  
CPF: [REDACTED]  
Telefone contato (86) [REDACTED]

---

**OBJETIVO**

---

- Procuro novos **desafios profissionais** e uma efetivação no mercado, tendo o desenvolvimento de minhas habilidades e a geração de resultados como objetivo, viabilizando um crescimento qualitativo e quantitativo para a empresa.

---

**EXPERIÊNCIA**

---

Empresa: Vikstar

Cargo: Representante de atendimento.

Admissão: 20/04/2013 à 23/12/2015.

Empresa: Marisa

Cargo: Operador de Telemarketing

Admissão: 20/10/2011 à 10/01/2013.

---

**EDUCAÇÃO**

---

Ensino Superior em Recursos Humanos - FAPI

**Cursos:**

- Técnico em administração
- Informática
- Windows 8
- Word 2013
- Excel 2013
- Power Point 2013
- Internet
- Marketing Pessoal
- Telemarketing

## ANEXO 17– C17

---

## Perfil Profissional

**Dados Pessoais****Nome:** [REDACTED]**Data de Nascimento:** [REDACTED]**Estado Civil:** Solteira**Telefone:** (86) [REDACTED] / (86) [REDACTED] (86) [REDACTED]**Endereço:** [REDACTED]**Formação Acadêmica**

Bacharelado em Administração  
ESAD

**Experiências Profissionais****Empresa:** TDB Têxtil S/A. São Paulo**Função:** Administrador**Período:** 10 Anos**Empresa:** Estoril Park Hotel - DF**Função:** Ações Administrativas**Período:** 5 anos**Empresa:** Hotel Mil e Uma Noites / Ceilândia Norte 03 - DF**Função:** Auxiliar Administrativo**Período:** 02 Anos**Perfil Profissional**

Pretendo aplicar e adquirir conhecimentos para realizar com sucesso as funções que me forem designadas, superando metas e alcançando objetivos. Espero ter a oportunidade de ganhar mais experiências profissionais e poder aprimorar minhas habilidades, vindo a contribuir com o crescimento desta empresa, gerando lucros e rendimentos esperados.

**ANEXO 18– C18**

Endereço: [REDACTED]  
Teresina – PI  
Contatos: (86) [REDACTED]  
Solteira, [REDACTED] brasileira  
e-mail: [REDACTED]

**FORMAÇÃO ACADÊMICA**

ENSINO MÉDIO COMPLETO – COLÉGIO SAPIENS

ENSINO SUPERIOR - BACHARELADO EM DIREITO – FACULDADE CET

**CURSOS**

Matemática  
SENAC

Marketing / Repcionista / Informática  
Data On Line

Inglês  
Skill

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

Empresa: Teixeira & Andrade – Escritório Advocacia  
Cargo: Auxiliar de Escritório  
Período: Janeiro/2011 a Março/2011

Empresa: CVC Agencia de Viagens  
Cargo: Repcionista / Vendedora  
Período: Janeiro/ 2013 a Março /2014

Empresa: Joalheria Rubi  
Cargo: Supervisor de Vendas  
Período: Maio/2015 a Outubro/2015

**OBJETIVOS**

Pretendo mostrar minhas habilidades e conhecimentos nas atividades desenvolvidas, garantindo responsabilidade e comprometimento perante a Empresa, que são características imprescindíveis de um Profissional.

## ANEXO 19– C19

Nome: [REDACTED]  
 Endereço: Rua [REDACTED] n° [REDACTED]  
 Bairro: [REDACTED]  
 CEP: [REDACTED] PI  
 Fone: (86) [REDACTED]  
 Estado civil: Solteira, [REDACTED]  
 E-mail: [REDACTED]

### **OBJETIVO**

Colaborar em um ambiente de trabalho onde possa colocar em prática meus conhecimentos em favor da instituição na qual viso integrar, focando sempre o benefício e o crescimento da organização e o crescimento profissional.

### **GRAU DE ESCOLARIDADE**

Ensino Médio: Completo  
 Ensino Superior: Logística

### **CURSOS**

Informática Básica. (Alternativa Informática.)  
 Minicursos: Relações Humanas, Ética Profissional, Noções Trabalhistas. (Alternativa Informática).  
 Técnico de Escritório e Telemarketing. (MultNet)  
 Operador em Microcomputador. (MultNet.)  
 Automação de Escritório. (MultNet.)  
 EI: Empreendedor Individual. (SEBRAE.)  
 Marketing Pessoal. (SENAC.)  
 Assistente Administrativo. (SENAI.)

### **EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

**Supervisora de peças Green City Hyundai:**

Emissão e entrada de notas fiscais/ envio de documentos pelo correio/ supervisão de estoque e funcionários/ compras e devoluções de mercadorias/ atendimento a cliente e fornecedores.

04 anos.

**Jelta Veículos e Máquina Ltda.**

**Auxiliar de Escritório Jelta Fiat:**

Emissão e entrada de notas fiscais/ envio de documentos pelo correio/ supervisão de estoque e funcionários/ compra, conferência e devolução de mercadoria/ acompanhar a rotina administrativa do setor de peças.

07 Meses.

**Madeireira Santa Cruz**

Secretaria: Organização de documentos e matérias de trabalho.

07 Meses.

## ANEXO 20– C20

Brasileira, Solteira  
Rua [REDACTED], número [REDACTED]  
[REDACTED] – Teresina – PI  
Telefone: (86) [REDACTED]

### OBJETIVO

---

Venho através deste, expressar o meu desejo de trabalhar nesta conceituada empresa, pois sei que posso desempenhar com responsabilidade e eficiência a função a mim designada, espero ter uma oportunidade de me apresentar para possível entrevista.

### FORMAÇÃO

---

- Ensino Superior Completo
- Curso: Gestão de Recursos Humanos

### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

---

**Empresa:** Instituto de Capacitação Nordeste

**Função:** Recepção

**Empresa:** Icaro Cell

**Função:** Administração

**Empresa:** Avistão Ebenezer

**Função:** Operadora de Telemarketing

### ATIVIDADES EXTRA CURRICULARES

---

**Operador de Telemarketing e Técnicas de Vendas**

**Operador de Caixa e Atendimento a Clientes**

**Rotinas Administrativas e Contabilidade Básica**

**Empreendedorismo e Chefia e Liderança.**

**Instituição:** ESA Educação ao seu alcance

**Período:** 2016

**Informática Avançada**

**Instituição:** Ced@spy

**Período:** 2018

### INFORMAÇÕES ADICIONAIS

---

Moro em Teresina, conta com disponibilidade para mudança de cidade e até de Estado, não possui condução própria, tem grande interesse em uma segunda graduação.

## ANEXO 21– C21

### DADOS PESSOAIS

Brasileira, casada, [REDACTED]  
Residente à Rua [REDACTED] n° [REDACTED] – [REDACTED]  
Contato: 86 [REDACTED] (whatsApp). (para recado, falar com  
[REDACTED])  
Email: [REDACTED]

### OBJETIVO

Quero participar do processo seletivo no cargo de Auxiliar Administrativo. Tenho disponibilidade de horário: Manhã / Tarde.

### FORMAÇÃO ESCOLAR

- Ensino médio completo. Local: UFPI-colégio Agrícola de Teresina.
- Ensino Superior em Serviço Social. Local: Faculdade Santo Agostinho

### EXPERIENCIA PROFISSIONAL

- Empresa: Vikstar Contact Center  
Cargo: Supervisora de Equipe de Telemarketing. Período: 07/10/13 a 15/01/15.

### CURSOS

- Auxiliar administrativo. Instituição: Fundação Wall Ferraz. Período: 17/07/17 a 18/08/17, com 70h/a. Atividades: ética cidadania, atendimento ao público, comunicação empresarial, rotinas de departamento de pessoal.
- Administrativo: departamento de pessoal; Período: 28/09/16 a 16 /11 / 16. Local: Euro data.
- Atualização e Aperfeiçoamento em Secretaria, Assessoria Chefia de Gabinete. Período: 23/03 à 27/03/ 2009.

### ATIVIDADES EXERCIDAS

- Assistente administrativo. (Atendimento ao público, rotinas de departamento de pessoal). Local: Câmara Municipal de Teresina. Período: 2007 á 2014.
- Trabalho com vendas diversas.

### PERFIL PROFISSIONAL

Sou uma pessoa humilde, dinâmica, flexível, responsável, determinada, motivada e organizada no exercício das minhas atividades, gosto de estar em constante aprendizado, acredito na força do trabalho em equipe, pois assim temos crescimento pessoal e profissional.

## ANEXO 22– C22

# Perfil Profissional

**DADOS PESSOAIS**

**Nome:** [REDACTED]  
**CPF:** [REDACTED]  
**RG:** [REDACTED] **SSP – PI**  
**Data de Nascimento:** [REDACTED]  
**Estado Civil:** Solteira  
**Endereço:** Rua [REDACTED]  
**Bairro:** [REDACTED] **Teresina – Piauí**  
**Telefone Celular:** (86) [REDACTED]  
**E-mail:** [REDACTED]

**ESCOLARIDADE****Ensino Superior em Serviço Social**

**Local:** FAPI

**CURSOS PROFISSIONALIZANTES**

**Curso:** Informática Básica (Internet, Digitação, Windows, Word, Excel, Power Point e Publisher)  
**Carga horária:** 176 Horas

**Curso:** Administração Estratégica  
 Relações Humanas

Excelência no Atendimento  
 Auxiliar Contábil  
 Departamento Pessoal  
 Logística  
 Economia  
**Instituição:** Acesso Cursos  
**Carga horária:** 61 Horas

**HISTÓRICO PROFISSIONAL**

**Empresa:** C & A

**Cargo:** Operadora de Telemarketing

**Período:** 02/2016 a 03/2018

**Empresa:** Vikstar Contact Center  
**Cargo:** Operadora de Telemarketing  
**Período:** 02/2014 a 03/2016

**Empresa:** Marisa  
**Cargo:** Representante de Atendimento  
**Período:** 28/11/2012 a 01/10/2013

**OBJETIVOS**

- Contribuir para que esta Empresa cumpra suas metas de produção e crescimento.
- Integrar-me a uma equipe dinâmica, onde possa demonstrar todo meu potencial produtivo.
- Aprender novas Técnicas de trabalho e me aperfeiçoar cada vez mais.
- Crescer dentro da Empresa.

## ANEXO 23– C23

### DADOS PESSOAIS

Brasileiro, casado, [REDACTED].

[REDACTED], [REDACTED] – [REDACTED]  
Contato: (86) [REDACTED] (whatsApp).

E -mail: [REDACTED]

Carteira de motorista: categoria AB

### OBJETIVO

Coloco-me à disposição desta empresa para compor o seu quadro de funcionários e somar na qualidade de serviços oferecidos pela mesma, com responsabilidade e disposição. Tenho disponibilidade de horário: Manhã / Tarde ou Noite.

### FORMAÇÃO ESCOLAR

- Ensino médio completo  
Local: instituição unidade Escolar de Ensino Médio Santa Teresa.
- Curso Superior em Administração de empresas  
Local: Faculdade Estácio

### EXPERIENCIA PROFISSIONAL

- Empresa: GONTIJO DE TRANSPORTE (LTDA)  
Função: Encarregado de Encomendas. Período: 2016 á 2017.  
Empresa: GONTIJO DE TRANSPORTE (LTDA)  
Função: Despachante. Período: 2013 á 2015

### CURSOS

- Auxiliar administrativo. Período: 17/07/17 A 18/08/17, com 70h/a.  
Instituição: Fundação Wall Ferraz.
- Prevenção de acidentes do trabalho. Período: 20/02/17 á 4/02/017, com 20h/a.  
Instituição: Empresa Gontijo.

### ATIVIDADES EXERCIDAS

- Atendimento ao Cliente, contas a receber, cadastro de clientes, depósitos, emissão de bilhetes, controle de entrada e saída de notas fiscais, fluxo de caixa.

### PERFIL PROFISSIONAL

Sou uma pessoa determinada, humilde, prestativa, responsável, pontual, dinâmico e organizado no exercício das minhas atividades, gosto de trabalhar em equipe, pois acredito que assim temos crescimento pessoal e profissional.

**ANEXO 24– C24****PERFIL PROFISSIONAL****DADOS PESSOAIS:****NOME:** [REDACTED]**DATA DE NASCIMENTO:** [REDACTED]**ESTADO CIVIL:** Solteira**END:** [REDACTED]**BAIRRO:** [REDACTED]**FONE:** (86) [REDACTED]**OBJETIVO:**

Esforçar-me no desempenho de minha função para o desenvolvimento individual e coletivo, visando o bem da empresa e o profissionalismo de acordo com as normas vigentes.

**ESCOLARIDADE:****Ensino Superior Bacharelado em Serviço Social****Entidade:** Faculdade Santo Agostinho - FSA**CURSO DE APERFEIÇOAMENTO:****Técnico em Saúde Bucal****Entidade:** Premensul**Auxiliar Administrativo****Entidade:** SENAC**Informática****Entidade:** HD Informática**EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:****Empresa:** Fundação Municipal de Saúde - FMS**Função:** Assistente Social**Período:** 04 Anos**Empresa:** Med Imagem**Função:** Assistente Social**Período:** 01 Ano**Empresa:** Confidencial - MA**Função:** Assistente Social**Período:** 02 Anos**QUALIFICAÇÕES:**

Sou uma pessoa bastante responsável nas funções que a mim são atribuídas, presto um ótimo serviço, prezando sempre a pontualidade. Tenho facilidade para aprender novas informações e me dou muito bem com os demais colegas de trabalho, somando esforços para a satisfação e crescimento da empresa.

**ANEXO 25– C25****PERFIL PROFISSIONAL****• Dados pessoais:**

Nome: [REDACTED]  
Data de nascimento: [REDACTED]  
Estado civil: Casado (a)  
Endereço: [REDACTED]  
Bairro: [REDACTED]  
Fone: (86) [REDACTED] / (86) [REDACTED]  
Email: [REDACTED]

**• Objetivo:**

Objetivo colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos na educação formal e através de experiências de vida, bem como as adquiridas com o trabalho, dedicando-me e mostrando responsabilidades para executar as atividades e serviços do cargo, buscando sempre o meu crescimento pessoal, para que eu venha a evoluir cada vez mais e possa ajudar no melhor desenvolvimento da empresa, colaborando para que o seu nível de excelência seja mantido.

**• Formação acadêmica:**

Ensino Superior em Serviço Social  
Instituição: Faculdade Santo Agostinho

**• Cursos profissionalizantes:**

Operador de Microcomputador  
Postura e Imagem profissional  
Dinâmica e Teste na Seleção

**• Experiência Profissional:**

Assistente Social (Supermercado Carvalho)  
Assistente Social (Engecop Material de Construção LTDA)  
Auxiliar Administrativo (Escola Comradio do Brasil)  
Secretaria Executiva (Escola Comradio do Brasil)

**• Competências pessoais:**

Pontual, Comunicativa, Dinâmico, Espírito de Equipe, Pró-Ativa e disposta a aprender as atividades que me forem designadas.

**ANEXO 26– C26****PERFIL PROFISSIONAL**

Rua [REDACTED]

Bairro: [REDACTED] Teresina-PI

Fone: (86) [REDACTED]

Solteira [REDACTED] brasileira.

**OBJETIVO**

Pretendo contribuir com minhas habilidades em benefício desta empresa na qual viso integrar, objetivando o crescimento da empresa, tendo sempre compromisso, respeito e fidelidade.

**FORMAÇÃO ACADÉMICA**

- Ensino Médio Completo

**Instituição:** Unidade Escolar Des. Henrique Couto.

- Licenciatura em Filosofia

**Instituição:** Universidade Federal do Piauí.

**CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO**

- Curso de Informática Básica

**Entidade:** DATAONLINE

**Carga Horária:** 60 horas

**Gestão em Saúde Pública**

**Entidade:** Aprendiz sem Fronteiras

**Carga Horária:** 100 horas

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

- **Empresa:** VlkStar

**Função:** Supervisora

**Período:** 03 Anos

- **Empresa:** Atacadão Zona Sul.

**Função:** Coordenador de Equipe

**Período:** 01 Ano

- **Empresa:** Riachuelo

**Função:** Operador de Telemarketing

**Período:** 4 Anos

**Qualidades e informações adicionais**

Tendo em vista que sou uma pessoa capacitada para desempenhar as funções que me forem atribuídas com competência e responsabilidade, coloco-me à disposição desta empresa para compor o seu quadro de funcionários. Estando consciente das minhas habilidades lhes garanto que desempenharei o meu trabalho de forma dinâmica e com excelência. Tenho disponibilidade de horários.

## ANEXO 27– C27

## Perfil Profissional

**Dados Pessoais:****Nome:** [REDACTED]**Idade:** [REDACTED]**Endereço:** [REDACTED]**Bairro:** [REDACTED]**Contatos:** (086) [REDACTED]**E-mail:** [REDACTED]**Estado Civil:** Solteiro**Escolaridade:**

Ensino Superior em Gestão em Tecnologia da Informação

**UNINASSAU**

**Cursos Profissionalizantes**

- ✓ Montagem e Manutenção de Micro
- ✓ Programador em PHP
- ✓ Redes e Internet firewall
- ✓ Departamento de Pessoal (**Microlins**)
- ✓ Aux. Administrativo
- ✓ Vendas
- ✓ Rastreamento de redes

**Experiência Profissional****Comvap Açúcar e Álcool Ltda:**

Função: Aux. Administrativo (2007 A 2009)

**TCA Empreendimento artístico:**

Função: Promotor de eventos (2010 a 2012)

**Vida sistemas:**

Função: Técnico em Informática soluções em TI (2012 A 2015)

**Objetivo:**

Com minha Personalidade pessoal e profissional, quero, através desta oportunidade, encaixar-me no grupo e somarmos juntos para um bom desenvolvimento da Empresa.

## ANEXO 28– C28

Brasileira, Casada, [REDACTED]

Residencial [REDACTED] Bairro: [REDACTED]

Teresina-Piauí

Telefone: (86) [REDACTED]

e-mail: [REDACTED]

### FORMAÇÃO

---

- Ensino Superior em Recursos Humanos  
Instituição: NOVAFAPI

### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

---

- **Ad Life Style**- 06/06/2013 a 26/09/2014  
Cargo: Operadora de Telemarketing
- **Arte dos Pés**-01/11/2014 a 31/03/2015  
Cargo: Auxiliar Administrativo
- **Maratá**- 01/07/2015 a 28/09/15  
Cargo: Auxiliar de Recursos Humanos
- **Depósito São Dimas**- 09/11/2015 a 19/07/2017.  
Cargo: Auxiliar De Escritório

### QUALIFICAÇÕES

---

- Informática Básica- G.R.C Cursos;
- Contabilidade Básica e Secretariado- G.R.C Cursos;
- Técnica em Vendas- SEBRAE;
- Atendimento ao Cliente- SEBRAE.

### OBJETIVOS PROFISSIONAIS

---

Fazer parte do quadro de funcionários desta empresa disponibilizando-me e dedicando-me para o crescimento da mesma e consequentemente para o meu próprio crescimento dentro da função que venha exercer.

## ANEXO 29– C29

Endereço: Condomínio [REDACTED]

Bairro: [REDACTED] CEP: [REDACTED]

Tel.: [REDACTED]

Estado Civil: Solteira

Sexo: Feminino

Data de Nascimento: [REDACTED]

Filiação: [REDACTED]

### OBJETIVOS

Atuar na área de psicopedagogia e áreas afim, a disposição da empresa.

### ESCOLARIDADE

Pós-Graduação em psicopedagogia, com habilitação para o ramo educacional e empresarial, pela UNIPÓS.

### QUALIFICAÇÕES

- Cursos de RECEPCIONISTA, TELEFONISTA, OPERADOR DE TELEMARKETING, SECRETARIADO, TÉCNICAS DE VENDAS, DEPARTAMENTO PESSOAL, AUXILIAR DE ESCRITÓRIO, MARKETING PESSOAL E EMPRESARIA, INGLÊS PARA ATENDIMENTO TURÍSTICO E GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS, realizado no período de 08/09/2006 a 30/06/2007 como carga horária de 120h/a com excelente aproveitamento pela – CDN (COOPERATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE)
- INFORMÁTICA: IPD, WINDOWS, WORD, LINUX E INTERNET - UPGRADE (TECNOLOGIA EDUCACIONAL LTDA);
- Curso de secretaria do SERSE – Carga horária 36hs;
- Curso de jogos lúdicos FATEB – Carga horária 10hs/a;
- Curso de informática Local: America Course Inglês e Informática – Carga horária 51hs/a;
- Participou do curso: Técnicas de Redação - FATEB - Carga horária 20hs/a
- Participou da IV Semana Científica do ISEPRO, Tema “Encantando e contando histórias infantis.” Realizado pelo Instituto Superior Programus, no período de 02,03,04 e 05 de Dezembro de 2009 – Carga horária 40hs;
- Participou da V Semana Científica, Tema: Pedagogia do conhecimento: Um compromisso com a transformação social, realizado pelo Instituto Superior de Educação Programus – ISEPRO – Água Branca – PI nos dias 29/11 a 02/12/2010 – Carga horária 40hs

## EXPERIÊNCIA PROFISIONAL

- Professora do PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil);
- Gerente (Loteria Sorte Aqui Agricolândia-PI);
- Psicopedagoga Empresarial da Clínica PsicoCentro
- Coordenadora de turma de graduação e pós-graduação pela faculdade FACETE, INTA (Faculdade de Educação Teológica), ISEPRO.
- Psicopedagoga Empresarial da Sotreq S/A

OBS: Neste momento busco uma efetivação no mercado visando desenvolvimento de um trabalho objetivo e gerador de resultados de forma possibilizar crescimento qualitativo e quantitativo para os envolvidos.

**ANEXO 30– C30**

Av. [REDACTED] – Bairro [REDACTED]  
CEP: [REDACTED] Teresina/PI  
Telefone: (086) [REDACTED]  
E-mail: [REDACTED]

**PERFIL PROFISSIONAL****DADOS PESSOAIS**

**NOME:** [REDACTED]  
**DATA DO NASCIMENTO:** [REDACTED]  
**ESTADO CIVIL:** Casado  
**NATURALIDADE:** Teresina/Piauí  
**NACIONALIDADE:** Brasileiro

**FORMAÇÃO:**

- **Graduado em Gestão em Marketing, IEST, conclusão em 2011.**

**EXPERIÊNCIAS PROFISSIONAIS:****EVEREST EQUIPAMENTOS**

Função: Gestor de Marketing  
Período: 07/2009 a 07/2010.

**CLAUDINO S/A LOJAS DE DEPARTAMENTOS (PARAÍBA SHOPPING)**

Função: Elaboração de estratégias de vendas  
Período: 09/2010 a 06/2011.

**PRIME TECNOLOGIA (PROSOFT)**

Função: Auxiliar comercial / Analista de Sistema  
Atividade: Instalação e suporte de sistema contábil.  
Período: 05/2012 a 10/2014.

**HORUS SOLUÇÕES EM INFORMAÇÃO EIRELE-ME ( PROSOFT)**

Função: Gestor de Marketing  
Atividade: Elaboração de destaque e impacto comercial  
Período: 11/2014 a 09/2016.

### **XTIRE BLINDAGEM DE PNEUS**

Função: supervisor de equipes de marketing

Atividade: prospecção de clientes, elaboração de ações de vendas e divulgação do produto.

Período:10/2016 a 01/2017.

### **POSTOS BLUE LTA**

FUNÇÃO: Auxiliar administrativo;

Atividade: organização de contas a pagar e contas a receber, elaborar folha de pagamento, fazer pagamentos de funcionários, dar entrada e saída em notas fiscais, organizar documentos.

Período:5/2017 a 07/2017

### **CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO:**

#### **Curso:INFORMÁTICA**

(WINDOWS, WORD, POWER POINT, EXCEL E INTERNET)

Instituição: Microlins

Duração:72 horas

#### **Curso: DIGITAÇÃO**

Instituição: Microlins

CARTEIRA DE MOTORISTA

CATEGORIA B.

#### **Curso: LÍDER ADMINISTRATIVO**

(Prática administrativa 2014; Prática de Recursos Humanos 2014;Práticas financeiras e contábil; Práticas tributárias, fiscais e escrituração eletrônica 2014; Gestão de qualidade 2014;Liderança e Gestão de pessoas; Empreendedorismo; Educação financeira.)

Instituição: Microlins

Duração: 15 meses, 165 horas

### **PALESTRAS:**

- Habilidade e Atividades de Vendedores – Microlins 2008.
- Marketing Pessoal - Microlins 2008.
- Dinâmica de Grupo - Microlins 2008.
- Projeto de Vida - Microlins 2008.
- A arte de liderar- Mário Sérgio Cortella 2016.