

Resumo de Conteúdo da Palestra

## ***Credibilidade da Empresa: a Importância da Padronização de Documentos e Dúvidas Gerais sobre o uso da Língua Portuguesa***

A palestra foi realizada na *Junta Comercial do Estado de Minas Gerais*, localizada à Rua Sergipe, n. 64, Centro, Belo Horizonte, no dia 20 de agosto de 2013. Foi proferida pela Sra. Rafaela Lôbo, professora de Português Instrumental, mestre em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), profissional com especialização em Análise do Discurso.

### **CREDIBILIDADE**

Segundo o dicionário, credibilidade é:

Característica de quem consegue ou conquista a confiança de alguém. Aquele que possui crédito: "só resolveu vender fiado porque acreditou em sua credibilidade". Qualidade do que é confiável: "acreditei nele porque ele tem credibilidade comigo".

A credibilidade só se mantém quando conquistada pela confiança. Por isso, a comunicação é essencial, já que pessoas e empresas só conseguem credibilidade quando o interlocutor atribui a elas o conceito de ser e parecer verdadeiro.

### **DOCUMENTO**

Ainda segundo o dicionário, documento é todo escrito que serve de prova ou proporciona uma informação. É ainda uma ou mais páginas de conteúdo com o objetivo de informar, solicitar, atestar, estabelecer uma relação de direito, estabelecer normas, executar. Geralmente possui uma ou mais assinaturas, além de validade legal.

Na área institucional, entende-se que tudo aquilo que uma empresa entrega a um cliente e a um funcionário é um documento, o nome da empresa é a assinatura da empresa.

O funcionário é o representante da empresa, produz os documentos internos e externos da instituição que representa.

Quando os documentos de uma empresa são bem escritos, a empresa consegue:

- Agregar valor ao produto
- Dar referencial ao funcionário;
- Ganhar tempo de execução nos processos internos e externos;
- Melhorar a comunicação entre a empresa e o cliente. O que aumenta o número de clientes e gera fidelidade.

Quando uma empresa possui propostas, contratos, e-mails, folhetos, *banners*, *flyers* e outros textos mal escritos, a empresa pode perder credibilidade junto ao cliente.

Consequências para a instituição:

- Diminui a aceitação da empresa;
- Lucros diminuem;
- O tempo de execução de textos escritos para público interno e externo torna-se maior.

Consequências para o profissional:

- Compromete a credibilidade da empresa que representa.
- Compromete a própria credibilidade profissional junto à empresa que representa e junto a outras empresas.

### **Como resolver os problemas?**

Diante dessa situação, muitas empresas têm procurado traçar diretrizes para melhorar a escrita de seus funcionários, além de proporcionar atualizações constantes na área de escrita técnica.

## **REDAÇÃO OFICIAL CONCEITO**

Pode-se definir Redação Oficial como o conjunto de normas que regem as comunicações escritas, internas e externas, de repartições públicas. Quando o mesmo tipo de texto é praticado por particulares, será chamado de correspondência ou Redação Comercial.

As correspondências oficiais orientam a feitura e a tramitação de documentos. Devido a isso, esse tipo de texto possui uma linguagem própria e formal.

Redação Comercial: normas que regem as comunicações escritas, internas e externas, de instituições privadas.

Redação Empresarial ou Corporativa: disciplina que auxilia na elaboração de textos de Redação Oficial e de Redação Comercial.

### **Características**

Impessoalidade;  
Linguagem, correção;  
Polidez;  
Harmonia;  
Padronização/ Uniformidade;  
Concisão;  
Clareza;  
Precisão;  
Transparência.

## **Revisão de textos**

O idioma está em constante mutação. Assim, continuamente, novas palavras são criadas e estrangeirismos são incorporados.

No entanto, a redação oficial tem como finalidade básica comunicar com impessoalidade e clareza o que, segundo o manual, "impõe certos parâmetros ao uso que se faz da língua, de maneira diversa daquele da literatura, do texto jornalístico, da correspondência particular, etc."

Deve-se avaliar se o texto:

- Está de acordo com a proposta da empresa/ instituição;
- Está de acordo com o cliente;
- Será de fácil compreensão para todos.

### **Revisão**

Todo texto merece ser revisado, a falta de tempo não pode ser justificativa para uma pessoa enviar textos mal escritos.

Textos mal escritos comprometem a credibilidade da empresa/instituição e do profissional.

### **Fechos para Comunicações**

a) para autoridades superiores, inclusive o Presidente da República:

Respeitosamente,

b) para autoridades de mesma hierarquia ou de hierarquia inferior:

Atenciosamente,

### **Identificação do Signatário**

Excluídas as comunicações assinadas pelo Presidente da República, todas as demais comunicações oficiais devem trazer o nome e o cargo da autoridade que as expede, abaixo do local de sua assinatura. A forma da identificação deve ser a seguinte:

(espaço para assinatura)

Nome

Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República

### **Endereçamento**

Cargos altos: *Vossa Excelência*

A Sua Excelência o Senhor

Senador Fulano de Tal

Senado Federal

70165-900 – Brasília. DF

Cargos baixos e particulares: *Vossa Senhoria*

Ao Senhor

Fulano de Tal

Rua ABC, no 123

12345-000 – Curitiba. PR

### **Lemos e escrevemos menos atualmente?**

Hoje a internet invadiu todos os espaços, desde o momento de trabalho, ao momento de lazer. As pessoas leem o que os colegas publicam e escrevem desde seus relatórios de trabalho a suas mazelas pessoais.

### **O que está faltando?**

-Precisamos ler melhor, ou seja, selecionar o que iremos ler e fazer a leitura de forma técnica;

-Temos de selecionar as informações que recebemos;

-Devemos associar nosso conhecimento e nossa prática;

-Ao saber o que ocorre no mundo, passamos não apenas a viver nele, mas passamos a construí-lo;

-Novas ideias surgem;

-Tornamo-nos profissionais diferentes, seremos desejados pelo mercado e reconhecidos por nossos superiores.

### **Falar em público**

Há profissionais excepcionais que não conseguem falar em público. Esse tipo de dificuldade prejudica a ascensão profissional e o convívio com os

colegas. É ainda relevante compreender que o tímido não é aquele que não fala, mas sim o que fala em silêncio, muitas vezes é o maior crítico, no entanto, perde oportunidades.

Ao não se arriscar, as pessoas perdem oportunidades.

### **Construção da Credibilidade**

- Credibilidade é uma conquista diária.
- Somos seres em contínua formação.
- Dedicação constante e busca contínua pela aprendizagem são condições essenciais.
- Temos de ter certeza de que nunca saberemos tudo.

**Dedicação é palavra de ordem para a conquista!**