



**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL MACHADO SOBRINHO
FACULDADE MACHADO SOBRINHO**

**REJANE DA SILVA MARQUES
ANA MÁRCIA OTONI DO NASCIMENTO**

**MAU USO E ABUSO DA LINGUAGEM EM TEXTOS DE ADMINISTRAÇÃO:
o desafio do empreendedor**

JUIZ DE FORA
2010

FACULDADE MACHADO SOBRINHO

**REJANE DA SILVA MARQUES
ANA MÁRCIA OTONI DO NASCIMENTO**

**MAU USO E ABUSO DA LINGUAGEM EM TEXTOS DE ADMINISTRAÇÃO:
o desafio do empreendedor**

Relatório de pesquisa apresentado ao Centro de Pesquisa e Extensão (CEPE), da Faculdade Machado Sobrinho.

Orientadora: Prof^ª. Msc. Rejane da Silva Marques

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Linguística, Letras e Artes

LINHA DE PESQUISA : A linguagem na Administração

JUIZ DE FORA
2010

RESUMO

Este é o relatório final do projeto de pesquisa intitulado “**MAU USO E ABUSO DA LINGUAGEM EM TEXTOS DE ADMINISTRAÇÃO: o desafio do empreendedor**”, inserido na linha de pesquisa “A linguagem na Administração”, financiado pela Fundação Educacional Machado Sobrinho, iniciado em fevereiro de 2010 e encerrado em agosto de 2010. Ele rastreou uma tendência marcante da linguagem empresarial: o desafio de utilizá-la adequadamente em cada situação. Neste documento são apresentados os resultados do projeto, bem como as etapas para o seu desenvolvimento. Com este objetivo, buscou-se, inicialmente, apresentar as regras estabelecidas pela norma culta. Para tanto, foram utilizadas como embasamento teórico as pesquisas de João Bosco Medeiros e outros autores relacionados à área de estudo. Em seguida, foram realizadas pesquisas documentais, envolvendo textos produzidos por estagiários da MASCI (Machado Sobrinho Consultoria Integrada), para observar a repercussão da Língua Portuguesa no que tange à imagem de uma organização. O levantamento de dados permitiu uma análise profícua do discurso empresarial. Dando-se prosseguimento a este estudo, buscou-se estabelecer, com base na pesquisa realizada, uma constatação sobre a importância da Língua Portuguesa na área da Administração. Objetivou-se, enfim, fazer um alerta aos profissionais de Administração, levando-os à reflexão e à conscientização do poder da língua materna nos processos de comunicação organizacional.

Palavras-chave: linguagem empresarial, Administração, alerta, Língua Portuguesa, comunicação organizacional.

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

Figura 1 – Composição de uma empresa.....	9
Quadro 1 – Qualidades e defeitos de um texto.....	11
Tabela 1 - Porcentagem de erros gramaticais em atas de diretoria.....	14
Tabela 2 - Porcentagem de erros gramaticais em atas de reunião geral.....	15
Tabela 3 - Porcentagem de erros gramaticais em projetos.....	16
Gráfico 1 - Atas de reunião de diretoria X atas de reunião geral.....	18
Gráfico 2 - Atas de reunião X projetos.....	19
Tabela 4 – Termos técnicos.....	20

LISTA DE ABREVIATURAS

Ata de reunião da diretoria (09/02/2010)	AD1
Ata de reunião da diretoria (23/02/2010)	AD2
Ata de reunião da diretoria (02/03/2010)	AD3
Ata de reunião da diretoria (09/03/2010)	AD4
Ata de reunião da diretoria (16/03/2010)	AD5
Ata de reunião da diretoria (23/03/2010)	AD6
Ata de reunião da diretoria (30/03/2010)	AD7
Ata de reunião da diretoria (06/04/2010)	AD8
Ata de reunião da diretoria (13/04/2010)	AD9
Ata de reunião da diretoria (27/04/2010)	AD10
Ata de reunião geral (10/02/2010).....	AG11
Ata de reunião geral (25/02/2010)	AG12
Ata de reunião geral (03/03/2010)	AG13
Ata de reunião geral (10/03/2010)	AG14
Ata de reunião geral (17/03/2010)	AG15
Ata de reunião geral (24/03/2010)	AG16
Ata de reunião geral (31/03/2010)	AG17
Ata de reunião geral (07/04/2010)	AG18
Ata de reunião geral (13/04/2010)	AG19
Ata de reunião geral (28/04/2010)	AG20
Projeto A. G. (fevereiro de 2010)	P21
Projeto R. S. (fevereiro de 2010).....	P22
Projeto M. F. (março de 2010).....	P23
Projeto P. S.(março de 2010).....	P24
Projeto S. C.(março de 2010)	P25

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	07
REFERENCIAL TEÓRICO.....	08
METODOLOGIA.....	13
ANÁLISE DOCUMENTAL.....	14
Atas de reunião da diretoria.....	14
Atas de reunião geral.....	15
Projetos de Pesquisa.....	16
Atas de reunião da diretoria X atas de reunião geral.....	18
Atas de reunião X projetos	19
Termos recorrentes em projetos.....	20
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	22

INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada identificou as formas de utilização da linguagem no meio empresarial como fomentadora e mediadora das relações sociais com a sociedade em geral. Nela serão explicitados os pressupostos teóricos através dos estudiosos João Bosco Medeiros e Miriam Gold, já que eles têm captado a experiência social da contemporaneidade, tanto a registrando, quanto sofrendo as dificuldades que esta impõe à redação atual.

A escolha pelo objeto deste projeto de pesquisa encontrou seus determinantes em uma série de fatores que se fizeram relevantes no decorrer da vivência profissional. Logo de início, há que se destacar a reflexão proporcionada por inquietantes leituras acerca da utilização da linguagem no meio empresarial que, inevitavelmente, instigaram um aprofundamento acerca das nuances presentes não só nos textos escritos, quanto também nas apresentações das quais os administradores participam.

O estudo constou de uma análise documental, levando-se em conta, para construção do corpo de dados, os textos de estagiários da MASCI (Machado Sobrinho Consultoria Integrada). A partir daí, uma análise desses documentos, tendo como abordagem teórica, os autores mencionados acima. Os dados arrolados foram de extrema importância para o desenvolver da pesquisa, porque pôde-se ter uma ideia de como vêm sendo produzidos os textos do ramo empresarial.

Retratando a realidade contemporânea, à sua maneira definida previamente pelo estilo empresarial, mas também pela sociedade vigente, através do olhar do empreendedor se relatará quais foram os avanços e os problemas que ainda permanecem no discurso empresarial.

Desta forma, a realização deste estudo possibilitou reconhecer o papel imprescindível da Língua Portuguesa no processo de comunicação empresarial, levando-se em conta os benefícios potenciais não só para a Faculdade Machado Sobrinho, como também para toda a sociedade juizforana.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para alcançar os objetivos determinados neste trabalho, existe a necessidade de um profundo estudo teórico acerca da linguagem, situando-a de acordo com as normas da gramática tradicional. Assim, uma breve conceituação sobre as regras do português é pressuposto fundamental para explicitar os aspectos teóricos que serão arrolados no decorrer do estudo.

Num momento histórico em que a inovação tecnológica e os seus mecanismos de transferência desempenham um papel preponderante no processo de industrialização, tanto dos países avançados como dos subdesenvolvidos, a inovação das técnicas gerenciais assume uma posição de destaque. Não basta apenas gerar novas máquinas e equipamentos; é essencial inovar, também e principalmente, nos métodos de administrar os novos sistemas produtivos. Para tanto, o administrador precisa apresentar um discurso claro, objetivo e coerente, principalmente levando-se em conta os termos mais atuais utilizados no meio empresarial.

Como afirma Medeiros (1998, p.17),

As organizações só se tornam viáveis quando possuem meios apropriados para adquirir informações a respeito de si mesmas e de seu ambiente. E subsistem quando há comunicação interna e externa bem estabelecida. Seus objetivos e metas são cumpridos à medida que os processos eficientes de comunicação as impulsionam na direção do que foi previamente estabelecido.

Dessa maneira, percebe-se que, como uma empresa é formada por setores, departamentos e colaboradores, deve existir um discurso eficiente entre as partes para que o êxito aconteça. Observe o diagrama que ilustra este pensamento:

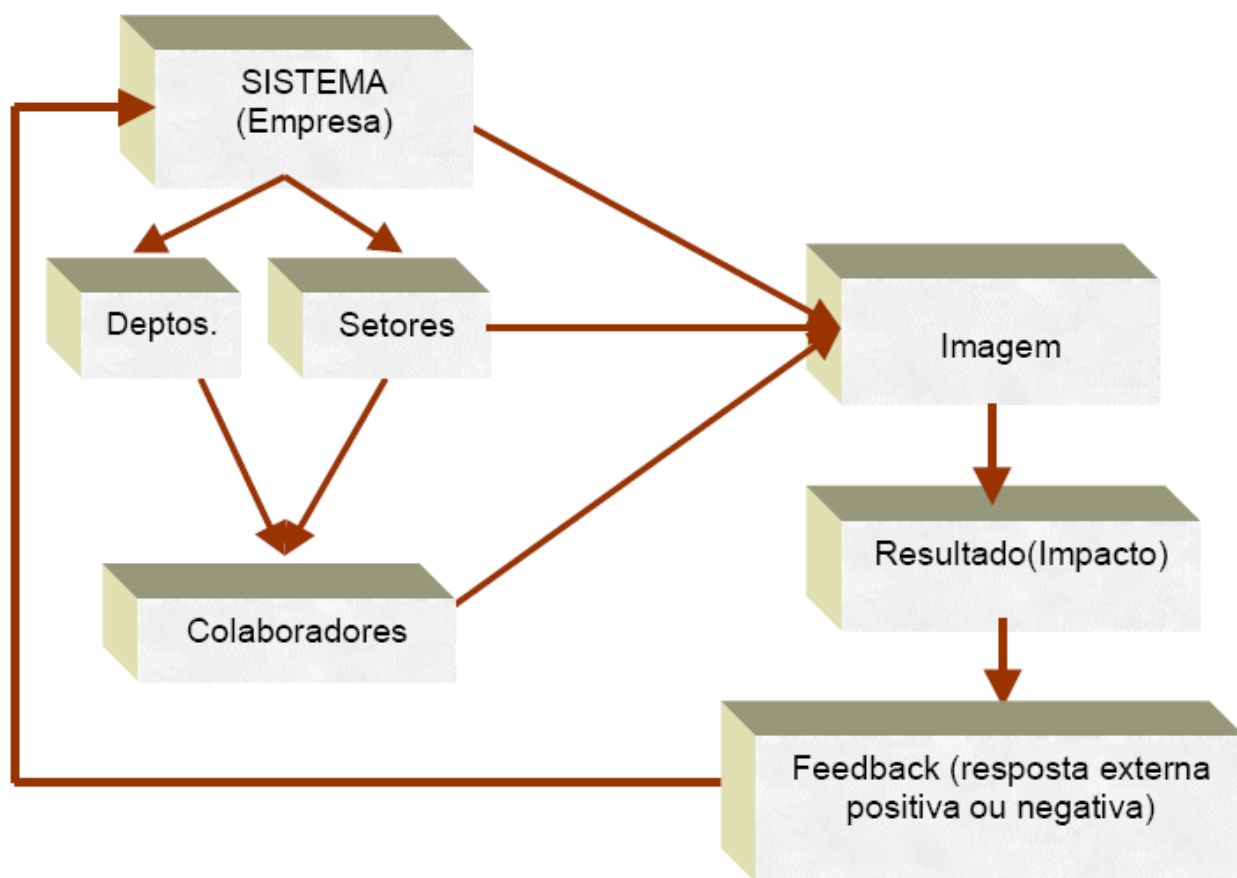


Figura 1 – Composição de uma empresa.

Fonte: Martins, 2009, p.3

Sendo assim, a imagem da empresa depende de seus dirigentes e colaboradores. Afinal, como explicar um diretor escrevendo em uma carta comercial: “se houverem problemas”, “estamos enviando”, “a reclamação foi efetuada junto ao órgão competente” ou “a nível de...” ou mesmo verbalizando tais expressões? Fica aqui um questionamento: Que imagem esse diretor transmitirá da empresa ou do setor em que trabalha? Será a imagem de alguém preparado para o mercado atual, tão exigente quanto ao “ouro” maior chamado conhecimento?

Esta pesquisa abordou pontos relevantes para a construção da linguagem empresarial, tais como: a importância da Língua Portuguesa nos processos de recrutamento, seleção, admissão, treinamento e demissão; o discurso linguístico nas redações comerciais; a língua portuguesa como imagem e venda dela.

Segundo Medeiros (1998, p.18) “Para que uma mensagem se torne efetiva são necessários alguns requisitos: estar fisicamente ao alcance do receptor; ser

compreendida por ele; poder ser por ele comprovada; ser de alguma utilidade para o receptor.”

Levando-se em conta ainda o processo de recrutamento, a maneira como a mensagem for transmitida será a responsável pelos candidatos advindos dessa procura, mostrando que uma mensagem clara e objetiva atrairá candidatos realmente “atinentes” ao cargo em questão, enquanto que, se ela gerar dúvidas devido à incoerência ou à falta de objetividade, poderá atrair candidatos com perfis profissionais alheios aos de que o cargo necessita. Tal situação causaria transtornos e perda de tempo, o que poderia ser evitado com a correta utilização da Língua Portuguesa, com um vocabulário adequado e com palavras bem empregadas e frases bem formuladas.

Esse raciocínio deverá ser utilizado nos processos de seleção, treinamento, admissão e demissão de empregados, ou seja, faz-se necessário um cuidado especial na transmissão de mensagens oriundas dos processos de comunicação organizacional, sejam elas transmitidas de forma oral ou escrita, a fim de que não causem dúvidas, transtornos e/ou constrangimentos para ambas as partes (empregado e empregador), pois a forma como essa mensagem é transmitida, poderá, também, influenciar negativa ou positivamente a imagem da organização.

Destarte, como ressalta Medeiros (1998, p.18):

A informação é indispensável ao administrador como base para atingir metas e para que possa descobrir e definir áreas problemáticas que impedem a organização de atingir seus objetivos. É por meio dela que são avaliados desempenhos individuais e coletivos, visto que a eficiência do trabalho em grupo depende de informações que permitem fazer ajustamentos necessários.

Outro aspecto relevante abordado é que, uma empresa que tem por finalidade alcançar a qualidade total, não poderá transmitir uma imagem negativa a seus clientes, ou seja, esse tipo de impacto poderá causar à sua clientela uma rejeição por seus produtos e/ou serviços. Pode-se assim concluir que há uma ligação intrínseca entre a imagem da empresa e a busca da qualidade total dessa organização. Dessa forma, a linguagem é de extrema importância.

Assim, apresentamos, no quadro abaixo, o que a nossa pesquisa revelará como sendo qualidades imprescindíveis que a redação técnica tem que passar aos destinatários/leitores, e os problemas que deverão ser evitados. Veja:

Quadro 1. Qualidades e defeitos dos textos

QUALIDADES DO TEXTO	DEFEITOS DO TEXTO
Adequação	Gírias
Clareza	Obscuridade
Coerência	Incoerência
Coesão	Falta de conectivos
Concisão	Prolixidade
Correção	Tautologia
Harmonia	Jargão técnico fora de contexto
Objetividade	Subjetividade
Originalidade	Chavões
Persuasão	Ambiguidade
Polidez	Coloquialismo excessivo
Simplicidade	Verbosidade

Dando prosseguimento, observa-se que, se esse quadro for seguido, o discurso empresarial apresentará um forte componente para que a mensagem chegue ao seu destinatário sem nenhum equívoco ou embaraço. E como alega MEDEIROS (1989, p. 19),

A informação está sempre ligada a uma função. E só é retida por um organismo quando for expressiva e tiver conteúdo significativo. Esse cuidado o redator de correspondência comercial deve ter sempre: transmitir informações significativas. Poderá ser extravasada em linguagem escorreita, clara, precisa e não atingir seu objetivo se o seu conteúdo não for significativo.

Para que um texto seja qualificado como adequado nos tempos atuais, é imprescindível que ele esteja desembaraçado de vários vícios presentes há até bem

pouco tempo. É bom lembrar que vício é um hábito que se tornou padrão, adquirindo um valor negativo. Logo, deve ser evitado. E como relata Gold (2005, p.14):

É isso o que ocorre nos vícios de estilo da redação empresarial: vários procedimentos adotados ao longo do tempo tornaram-se hábitos, que, hoje em dia, em vez de ajudar a correspondência, fazem dela um texto pesado e ultrapassado que certamente não tem a eficácia necessária para atingir o destinatário.

Vale ressaltar que ao se falar de redação empresarial, por exemplo, deve se ter em mente que, com o tempo, os textos apresentam mudanças que são exigidas, principalmente, por causa da vida corrida dos empreendedores, já que se precisa de um meio de comunicação eficaz e rápido.

A comunicação é um instrumento poder e há urgência de contar com um profissional que tenha competência para atuar na gestão das palavras; porém o que se nota, como apontam Chanlat e Bédard (Chanlat, 1996, v. I, p.137), é um “verdadeiro culto ao silêncio”. Os conceitos de autoridade, de ordem, de disciplina e de hierarquia nas corporações parecem fazer com que haja um temor de tudo o que se concretiza em palavras. Na falta de uma forma adequada de gerenciar o verbal, tem-se o “seja breve” e, ainda de acordo com Chanlat e Bédard, “conversar no trabalho aparece como forma de roubar tempo do empregador” e como ameaça às estruturas de poder. A língua é esvaziada, reduzem-se as formas de opção nas construções lexicais e nas construções sintáticas.

É preciso compreender a comunicação - tanto verbal como não-verbal – como sistema de representações simbólicas, o qual funciona como pré-requisito de nossa existência biológica, psicológica e social. Reduzir a linguagem a um mero instrumento de persuasão é negar grande parte daquilo que já foi produzido pelo conhecimento humano.

Logo, como afirma Medeiros (2007) se o texto é um tecido verbal estruturado para que as ideias formem um todo coeso, uno e coerente, cabe ao bom profissional se utilizar da linguagem de forma sugestiva, atraente para atingir o seu objetivo.

METODOLOGIA

Foram utilizados para o estudo, análise de 3 tipos de documentos produzidos pelos estagiários da MASCI (Empresa Júnior da Faculdade Machado Sobrinho) durante os meses de fevereiro a abril de 2010, que podem ser divididos em: atas da reunião de diretoria (AD); Atas de reunião geral (AG) e Projetos (P).

A MASCI Consultoria Jr é uma empresa de consultoria, composta por alunos do curso de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Machado Sobrinho.

É uma associação sem fins econômicos. Fundada em 1990, tornou-se a primeira Empresa Júnior de Minas Gerais. Tanta credibilidade, fez com que grandes empresas de Juiz de Fora e região acreditassem no trabalho realizado pela mesma, contratando serviços que atendessem suas necessidades. Seu maior objetivo é satisfazer as necessidades de seus clientes através de soluções inovadoras como também desenvolver os alunos para o mercado de trabalho.

Utilizou-se uma pesquisa quantitativa, visto que foram analisados, primeiramente, os seguintes pontos gramaticais: concordância verbal e nominal; regência verbal e nominal; crase; acentuação e ortografia. A seguir, foram tabulados os termos mais recorrentes dentro dos projetos pesquisados.

Os dados foram tabulados e expostos através de tabelas e gráficos que apontam o percentual de problemas gramaticais encontrados nos 3 tipos de textos analisados.

Após a transcrição de cada dado, mostram-se os problemas gramaticais mais encontrados que fazem parte do cotidiano do aluno de Administração.

Por fim, buscou-se relacionar os dados obtidos, através dos percentuais dos documentos, com o conteúdo da literatura consultada, traçando os pontos importantes de forma a proceder à análise de acordo com o objetivo do estudo.

Este estudo tratou de analisar uma questão objetiva, referindo-se a conhecer os fenômenos linguísticos que mais têm provocado problemas para os alunos na construção de textos acadêmicos ou formais, muito utilizados no dia a dia deles.

ANÁLISE DOCUMENTAL

Levando-se em conta a noção de redação técnica, a ata pode ser considerada um dos documentos mais trabalhosos de serem elaborados, pois há uma necessidade de interpretar, selecionar e expressar informações geradas por vários emissores com a maior fidelidade e clareza possíveis. E como afirma KOCK & ELIAS (2009, p.13):

O texto é um evento sociocomunicativo, que ganha existência dentro de um processo interacional. Todo texto é resultado de uma coprodução ente interlocutores: o que distingue o texto escrito do falado é a forma como tal coprodução se realiza.

Atas da Diretoria

Foram analisados os tipos de erros gramaticais apresentados na Tabela 1 abaixo:

Tabela 1 - Porcentagem de erros gramaticais em atas de diretoria

Erros	Frequência	Porcentagem
Concordância verbal	11	12,36%
Concordância nominal	0	0,00%
Regência verbal	10	11,24%
Regência nominal	8	8,99%
Crase	27	30,34%
Ortografia	17	19,10%
Acentuação	16	17,98%
Total	89	100,00%

Como se pôde observar no gráfico acima, o maior problema encontrado foi de crase (30,34%), evidenciado com exemplos a seguir:

I – “[...] as quinze horas [...]” (AD1)

II – “[...] quanto a conversa[...]” (AD 2)

III – “[...] relação a abertura [...]” (AD 2)

Nos trechos acima, houve inadequação gramatical, visto que em I, já que é indicação de hora deve vir a crase; em II, o nome “quanto” rege a preposição “a” que

é unida ao artigo “a” do substantivo “conversa” e, em III, o nome “relação” também rege a preposição “a” que é unida ao artigo “a”, formando a crase.

Um outro erro que foi encontrado de forma sistemática em várias atas foi a expressão “contas à receber” com crase. Entretanto, de acordo com a gramática, não se utiliza crase antes de verbo.

A ortografia é outro ponto importante a ser ressaltado, visto que foram encontrados erros, tais como: “ equanto”, “cinguenta”, “ quinta feira” que, pela maneira como apareceram, correspondem a erros por falta de atenção.

Outro fenômeno linguístico fortemente encontrado foi quanto à acentuação, já que muitas palavras não foram acentuadas de acordo com as regras, como “ ultima”, sabado”, “porem”, “responsavel”, presentes na AD1. As duas primeiras palavras são acentuadas por serem proparoxítonas; a terceira, por ser uma oxítone terminada em “em” e a última, por ser paroxítone terminada em “L”.

É interessante destacar que, segundo Eli Rozendo Santos (1980, p.35), a linguagem é uma fonte de muitas falhas na comunicação, e o desconhecimento do significado correto de uma palavra por parte do receptor pode levar à incompreensão e ao fracasso de toda a mensagem. De outra forma, se o emissor faz uso de uma palavra sem ter certeza do seu significado, pode produzir uma mensagem inteiramente diferente da que deseja transmitir.

Atas de reunião geral

Os dados coletados revelam que:

Tabela 2 - Porcentagem de erros gramaticais em atas de reunião geral

Erros	Frequência	Porcentagem
Concordância verbal	5	9,09%
Concordância nominal	2	3,64%
Regência verbal	3	5,45%
Regência nominal	3	5,45%
Crase	6	10,91%
Ortografia	17	30,91%
Acentuação	19	34,55%
Total	55	100,00%

O grande problema evidenciado nas atas de reunião geral diz respeito à acentuação gráfica, visto que (34,55%) dos textos apresentaram problemas, tais como: “matricula”, “disponivel”, “curriculo”, “politica”, “eletronico”, “analise” “intercambio” e “horario”. As quatro primeiras palavras são acentuadas por serem proparoxítonas, enquanto as duas últimas, por serem paroxítonas terminadas em ditongo.

Outro ponto crucial da pesquisa foi a ortografia (30,91%), pois foram encontrados vocábulos indicando números como: “oitossentos”, “setessentos”, “seicentos”, “sentavos”, “novessentos”. Como se vê, são erros que deixam o texto muito pobre, já que são grotescos, ou seja, são problemas que fazem com que o autor do texto perca credibilidade, uma vez que não consegue escrever corretamente, principalmente, números que fazem parte do cotidiano de um administrador.

Como pode se observar, o estudante universitário lê pouco e, quando lê, tende a se limitar às apostilas do curso, aos resumos e aos capítulos xerocados. Assim, como afirma Luft (2007, p. 17):

Crescimento linguístico implica crescimento cultural. Ou melhor, crescimento linguístico supõe crescimento humano integral. Antes de dar uma boa linguagem, demos uma boa formação. Formemos indivíduos cultos, livres, responsáveis, e teremos uma linguagem de cultura, liberdade e responsabilidade.

Projetos

Quanto aos projetos, pode-se mostrar a seguinte análise:

Tabela 3 - Porcentagem de erros gramaticais em projetos

Erros	Frequência	Porcentagem
Concordância verbal	8	3,94%
Concordância nominal	3	1,48%
Regência verbal	21	10,34%
Regência nominal	16	7,88%
Crase	28	13,79%
Ortografia	26	12,81%
Acentuação	101	49,75%
Total	203	100,00%

Nos projetos, o grande problema encontrado foi quanto à acentuação (49,75%), visto que foram encontradas palavras como: “analise”, “concluída”, “auxílio”, “papeis”, “dependencia”, “importancia”, “nivel”, “logística”, “fabrica”, “salario”, dentre outros.

Um segundo item problemático foi quanto à crase (13,79%). Veja as expressões a seguir:

I – “[..] oferecer a cliente [...]” P23

II – “[..] atende as exigências [...]” P 23

III – “[...] responderam a pesquisa [...]” P24

Nos exemplos acima, percebe-se que todos os verbos “oferecer”, “atender” e “responder” regem a preposição “a” que, unida a um artigo “a”, formam a crase. Nesses casos, houve não só a infração à crase, quanto também um problema quanto à regência verbal, problema encontrado em (10,34%) dos projetos.

Um problema linguístico que foi altamente evidenciado foi o uso do verbo “Ter” na 3ª pessoa do plural, escrita de forma errada, como nos trechos a seguir retirados de projetos:

I – “Entrevistados com idade de 16 a 21 anos que tem o hábito de consumir produtos [...]” P22

II – “Entrevistados com renda de 1900,00 a 7600,00 que tem interessa em consumir produtos orgânicos [...]” P25

Esse é um equívoco cometido por muitos falantes de Língua Portuguesa, uma vez que eles confundem as formas da 3ª pessoa do singular (Ele tem) com 3ª pessoa do plural (Eles têm). Todavia, esse é um problema que deve ser sanado dentro da comunicação porque, às vezes, pode modificar todo o sentido de uma mensagem. Para ilustrar melhor, veja as frases a seguir:

I – A Universidade está estudando formas de punição aos professores do departamento que não têm produção científica regular.

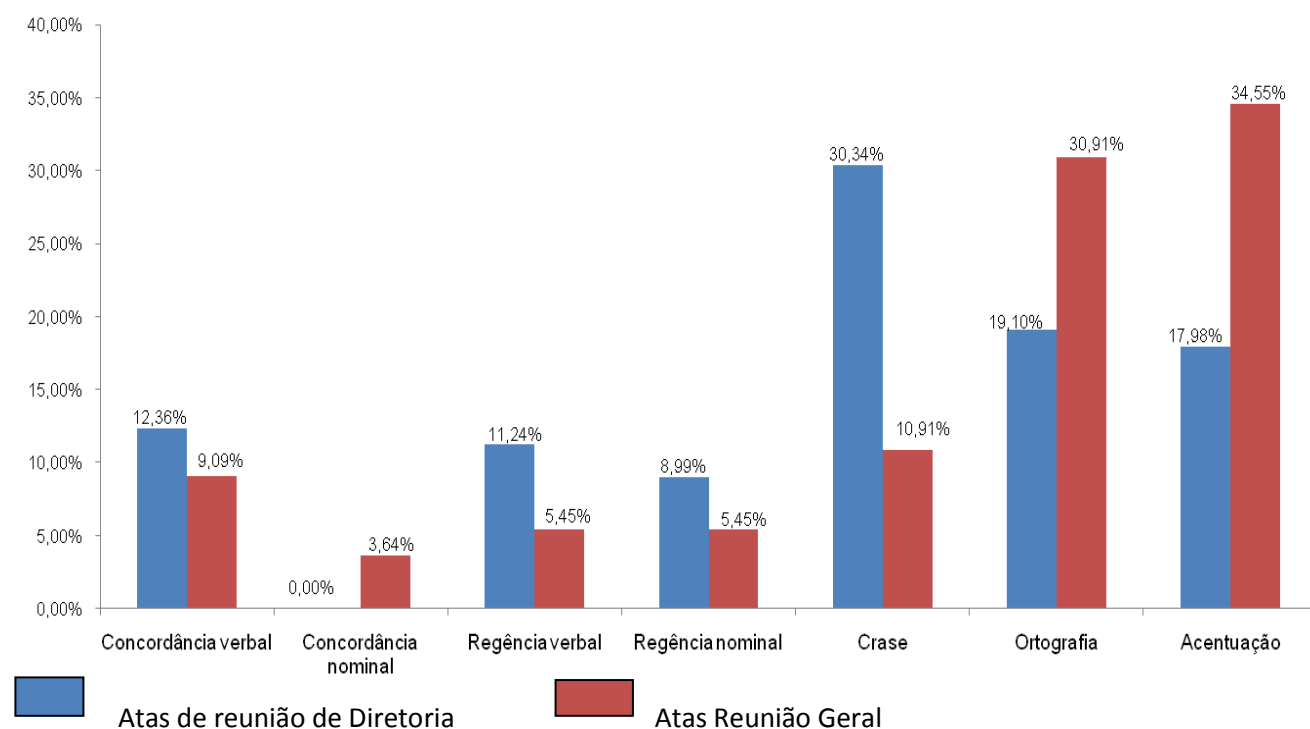
II - A Universidade está estudando formas de punição aos professores do departamento que não tem produção científica regular.

Como se pode observar, em I somente os professores do departamento serão punidos, enquanto em II, todo o departamento. Essa diferença de interpretação deve-se ao fato de os verbos terem sido conjugados de forma diferente. Logo, o administrador deve tomar um cuidado tamanho na hora de redigir seus textos a fim de que suas mensagens não passem outro entendimento.

Atas comparadas

Outra análise linguística levou em consideração a comparação das atas de reunião da diretoria com as atas de reunião geral. Veja:

Gráfico 1. Atas de reunião de diretoria X atas de reunião geral



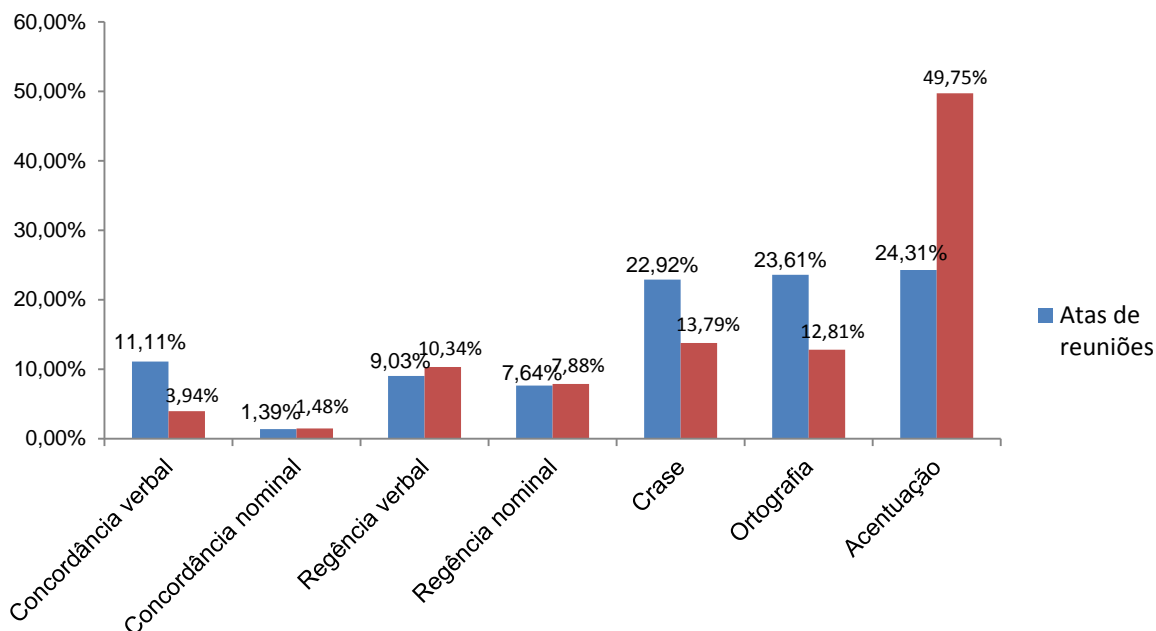
Analisando as atas, pôde-se perceber que há uma alteração razoável quanto aos erros gramaticais. A crase é o fenômeno mais problemático nas atas de reunião de diretoria (30,34%). Já problemas quanto à ortografia e à acentuação são observados nas duas atas. Em AD tem-se (19,10%) e (17,98%) respectivamente, enquanto em AG, 30,91% e 34,55%.

Vale ressaltar o que diz Frank M. Corrado, em seu livro *A Força da Comunicação* (1994, p.13), já que afirma que a comunicação pode causar um impacto direto no resultado final de uma empresa, seja para melhor ou para pior. Salienta, ainda, que quatro de cada cinco executivos principais acreditam “de verdade” que seus esforços de comunicação podem realmente causar esse impacto. Dessa forma, há que se oferecer caminhos mais acessíveis para o aprendizado da Língua Portuguesa em seus diversos aspectos: gramática, interpretação de textos, redação e outros pertinentes ao estudo da língua materna. Só assim as empresas serão capazes de gerar e transmitir comunicações claras e objetivas em seus vários

níveis hierárquicos, interna ou externamente, evitando equívocos e construindo uma imagem positiva no mercado em que atuam.

Atas e projetos comparados

Gráfico 2. Atas x projetos



A comparação entre os erros produzidos pelos dois grupos mostrou que tanto nas atas, quanto nos projetos, o problema maior foi quanto à acentuação (24,31%) e (49,75%), respectivamente.

O resultados do gráfico acima evidencia, mais uma vez, que o erros de concordância nominal são aqueles que os alunos cometeram menos.

É também interessante registrar que um erro de concordância nominal foi encontrado nos dois tipos de textos, ou seja, tanto nas atas, quanto nos projetos. Veja:

I – “[...] será discutido as estratégias [...] AD1

II – [...] foi elaborada o quadro [...] AG 19

III – [...] foi realizado a reunião [...] P 22

Percebe-se que como o sujeito veio após o verbo, a concordância não foi feita de acordo com a regra.

Vale ressaltar, assim, o que afirma Garcia (2008, p.7) sobre a utilização adequada da linguagem, seja no dia a dia, seja no profissional: “Já é tempo de zelarmos com mais assiduidade não só pelo polimento da frase, mas também e, principalmente, pela sua carga semântica, procurando dar aos jovens uma

orientação capaz de levá-los a pensar com clareza e objetividade para terem o que dizer e poderem expressar-se com eficácia.”

Retratando a linguagem empresarial contemporânea, através do discurso do empreendedor, o objetivo desta pesquisa foi apresentar técnicas que favoreçam aqueles que desejam alterar a trivialidade de uma linguagem já excessivamente desgastada.

4.6 Termos recorrentes

Nesse presente estudo, ao analisarmos os erros gramaticais, resolveu-se fazer também um levantamento de termos recorrentes mais utilizados nos projetos pesquisados. O resultado foi o seguinte:

Tabela 4 – Termos técnicos

TERMOS ESPECÍFICOS	OCORRÊNCIA
Ameaças	10
Cliente	142
Empreendimento	29
Estratégia	21
Marketing Mix (4P's)	36
Missão	10
Negócio	14
Objetivo	23
Oportunidades	20
Pesquisa de mercado	10
Pontos fortes	12
Pontos fracos	13
Projeto	95
Visão de futuro	10
TOTAL	445

Como se pôde observar, os termos mais utilizados são “Cliente”, “Projeto” e “Marketing Mix (4P's)”, visto que são vocábulos que refletem o cotidiano, ou seja, o ramo empresarial, que tem uma grande preocupação com o seu cliente, o seu público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentado neste relatório de pesquisa mostrou-se simples e eficaz, já que a partir do estudo teórico de estudiosos da área da Administração, como João Bosco Medeiros e Miriam Gold, foi possível fazer um levantamento dos maiores problemas gramaticais que podem ser encontrados em textos de profissionais da área e fazer uma análise morfosintática mais contudente. Assim, será mais fácil para o professor de Língua Portuguesa trabalhar, de forma enfática, nos problemas mais encontrados que podem comprometer, não só a comunicação entre os membros de uma empresa, como também toda a sua imagem perante a sociedade.

Com o estudo feito, é possível o levantamento de novas estratégias que tenham como objetivo trabalhar diretamente com os problemas gramaticais que são mais cometidos no meio empresarial.

O uso da teoria, aliado aos exemplos retirados nos textos pesquisados, permitiu uma maior visibilidade de como fazer para ajudar os alunos na construção cotidiana de textos no seu ramo profissional, de maneira rápida e eficiente.

Para tanto, foram analisados itens como: concordância verbal e nominal, regência verbal e nominal, crase, acentuação e ortografia. Depois, foram observados os termos mais recorrentes dentro do meio empresarial.

É nesse momento que se torna importante a participação dos profissionais de Letras, especialmente dos profissionais de Língua Portuguesa, uma vez que o idioma é fator de máxima e peculiar importância na Administração, principalmente no que diz respeito à Administração de Recursos Humanos e à Administração Mercadológica.

Destarte, a análise dos resultados obtidos, amparada por dados estatísticos e bibliografia específica, respalda a Língua Portuguesa como um agente impulsionador do sucesso administrativo. A importância do estudo proposto residiu na possibilidade de fazer com que o empreendedor, dominando a linguagem, consiga dispor de palavras para cada conceito, cada ideia, obtendo assim maiores possibilidades de êxito profissional, de refletir, de escolher uma forma expressional mais adequada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. M. *Estética de la creación verbal*. 1. ed. Trad. Tatiana Bubnova. 2. ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 2002.

CHANLAT, Jean-François (org.) *O Indivíduo na organização*. Vol. I e II. São Paulo: Atlas, 1996.

CUNHA, C.; CINTRA L. F. L. *Nova gramática do português contemporâneo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

CORRADO, Frank M. *A força da comunicação: quem não se comunica*. Tradução Bárbara Theoto Lambert. São Paulo: Makron Books, 1994.

DIONISIO, Angela P.; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria A.(org) *Gêneros textuais e ensino*. 5. Ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna*. 26ª ed. Rio de Janeiro, FGV, 2008.

GOLD, Mirian. *Redação empresarial: escrevendo com sucesso na era da globalização*. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2005.

KOCK, I. V. *A inter-ação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 1998.

_____. *Desvendando os segredos do texto*. 6. Ed. São Paulo: Cortez, 2009.

KOCK, I; ELIAS, Vanda M. *Ler e escrever: estratégias de produção textual*. São Paulo: Contexto, 2009.

LUFT, Celso P. *Ensino e aprendizagem na língua materna*. São Paulo: Globo, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Oralidade escrita. *Signótica: Revista do Mestrado em Letras e Linguística*. Goiânia: UFGO, 9, p. 119-145, 1997.

MARTINS, Vera Lucia Bianchini; MONTEIRO, Jucilene A. Arruda. *A importância da Língua Portuguesa na área de Administração*. Disponível em: <http://www.facecla.com.br/revistas/recadm/edicao1/artigo01.pdf>. Acesso em: 10/09/2009.

MEDEIROS, João Bosco. *Português instrumental: para cursos de contabilidade, economia e administração*. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2007.

_____. *Redação Empresarial*. 3. ed., São Paulo, Atlas, 1998.

_____. *Correspondência: técnicas de comunicação criativa*. 5. ed., São Paulo, Atlas, 1989.

SANTOS, Eli Rozendo Moreira dos. *Comunicação na pequena, média e grande empresa*. Rio de Janeiro: Tecnoprint Ltda., 1980.

ZANOTTO, N. *E-mail e carta comercial: estudo contrastivo de gênero textual*. Rio de Janeiro: Educs; Lucerna, 2005.

_____. *Correspondência e redação técnica*. Caxias do Sul: Educs, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio do R. *Comunicação empresarial, comunicação institucional*. São Paulo. Summus, 1986.

VAL, Maria da Graça Costa. *Redação e textualidade*. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.