

A LÍNGUA PORTUGUESA NO AMBIENTE ADMINISTRATIVO THE PORTUGUESE LANGUAGE IN THE ADMINISTRATIVE ENVIRONMENT.

*Esmera Fatel Aureliano Rossi **

RESUMO

A língua portuguesa é falada por mais de 200 milhões de pessoas e sua valorização tem aumentado significativamente, o que pode ser facilmente observado atualmente. O ambiente administrativo requer profissionais aptos a usar a língua materna para transmitir suas ideias por meio de documentos escritos e orais. Porém, é preciso se ter claro que embora a língua falada e a escrita sigam o mesmo sistema linguístico suas regras são diversas e específicas e seus usos dependem do ambiente e situação. Há uma ligação intrínseca entre a imagem da empresa e a busca da qualidade total dessa organização. A Língua Portuguesa está amplamente ligada a esses dois fatores, já que há uma relação de interdependência entre ela e a imagem, no que concerne às mensagens escritas e orais emitidas pela empresa. Para alcançar essa adequada imagem é preciso buscar formação e/ou aperfeiçoamento, os processos de educação hoje tem sido redefinidos a fim de transmitir aos alunos os conhecimentos necessários para sua vida em todos os aspectos. Assim, investimentos em educação são necessários, porém com uma metodologia interativa que facilitem o acesso aos programas de formação ou atualização.

PALAVRAS CHAVE: Língua portuguesa. Administração de empresas. Ensino. Renovação. Interatividade

ABSTRACT

The Portuguese language is spoken by more than 200 million people and its valorization has increased significantly, which can be easily noticed, nowadays. The administrative environment requires professionals able to use the mother tongue to convey their ideas through oral and written statements. However, it is important to mention that even though the spoken and written language follow the same linguistic system, the rules are different and specific and their use depend on environment and the situation. There is an intrinsic link between the company image and the searching for total quality in that organization. The Portuguese language is widely linked to these two factors, because there is a relationship of interdependence between the language and the image, concerning written and oral messages issued by the company. To promote this proper image it is necessary to seek training and/or improvement, since the current educational processes have been redefined in order to convey to the students the knowledge needed in all aspects of life. Therefore, investments in education are needed, but with an interactive approach to facilitate access to training or updating programs.

Keywords: Portuguese Language, Business Administration, Teaching, Renovation, Interactivity.

INTRODUÇÃO

A linguagem perpassa nossas atividades individuais e coletivas acompanhando o movimento de transformação do ser humano e suas formas de organização social. Neste mundo em movimento

* Docente do Centro Universitário Filadélfia – Unifil. esmera.rossi@unifil.br

e transformação, o estudo da linguagem é cada vez mais importante. É por meio da linguagem que o homem tem se expressado no transcorrer da história, registrando o resultado de suas ideias, emoções e inquietações, é por meio das linguagens que interagimos com outras pessoas.

Atualmente, redigir de forma clara, coerente e concisa é uma vantagem competitiva capaz de elevar a imagem da empresa perante a sua clientela, os seus colaboradores, os seus fornecedores e, também, perante a concorrência.

A redação é item importantíssimo em uma organização, sendo o seu correto emprego um fator fundamental para o entendimento da mensagem final. A redação de cartas comerciais, ofícios, memorandos, atas, relatórios, acordos, requerimentos, circulares, contratos e similares fazem parte do cotidiano das organizações, sejam elas pequenas, médias ou grandes empresas.

Os PCNs apresentam uma perspectiva do ensino de língua mais produtivo quando diz que “Toda educação comprometida com o exercício da cidadania precisa criar condições para que o aluno possa desenvolver sua competência discursiva” (BRASIL, 1997, p. 23). É, portanto, na percepção das situações discursivas que o aluno poderá se constituir como cidadão e exercer seus direitos como usuário da língua. Segundo Corrado (1994, p. 13), “a comunicação pode causar um impacto direto no resultado final – para melhor ou para pior”. Salienta, ainda, “que quatro de cada cinco executivos principais acreditam que seus esforços de comunicação podem causar esse impacto”. Sendo assim, a imagem da empresa depende de seus dirigentes e colaboradores.

A sociedade contemporânea exige conhecimento e formação profissional especializada, o mercado pede novos profissionais, para isso é preciso mudar e melhorar o processo educacional. A educação, para atender a essas necessidades, formando cidadãos capazes de se adaptarem ao mercado e exercer seus direitos na construção de uma sociedade menos injusta e desigual, deve ser continuada e estar sempre se renovando.

122

Inúmeros diagnósticos revelados por consultores de empresas apontam para erros estratégicos na atitude e decisões administrativas, havendo para isso necessidade de reflexão e ação em relação às transformações que a sociedade passa, para isso a educação empresarial deve ser contínua em todos os seus aspectos, inclusive no uso adequado e atual da língua materna.

O administrador é um trabalhador das ideias, que são transmitidas por meio de documentos escritos e orais. Se ele não consegue escrever de uma maneira adequada estará demonstrando que não que não tem conceitos apreendidos sobre o uso formal da língua portuguesa. “Para aprender a escrever não basta aprender a pensar; é necessário aprender a encontrar ideias originais e articulá-las. Exige-se fazer da procura da novidade um hábito” (MEDEIROS, 2000, p. 22).

A comunicação e expressão, verbal ou escrita são elementos essenciais para um profissional da área de Administração. A importância da Língua Portuguesa resume-se na necessidade da comunicação e na indispensabilidade da compreensão como um todo. Comunicar é provocar uma resposta, espera-se que o receptor tenha uma reação, se o texto é bem escrito, mas não é compreendido não podemos dizer que houve comunicação, sendo assim, a comunicação só atingirá seu objetivo quando gerar uma resposta satisfatória ao emissor.

Diante disso, é necessário conscientizar os profissionais da área de administração sobre a importância da utilização formal da língua materna em seu dia a dia, pois isso influencia não só a imagem da empresa em que o profissional atua como também a sua própria imagem.

Desejamos, com este estudo, contribuir para a reflexão e discussão dos profissionais da área administrativa com a indicação do que deverão aprender, progressivamente, mas buscando o aprofundamento; estabelecer com clareza e intencionalidade o que deverá ser assimilado devido às suas necessidades no cotidiano empresarial, ampliando, assim, o uso da linguagem com eficácia.

A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA PORTUGUESA

A Língua Portuguesa tem importância indiscutível, pois faz parte de nossa identidade. Entre os símbolos que identificam um povo, a língua é um dos mais importantes. Em todos os momentos da existência, o ser humano busca se comunicar e o uso adequado da Língua Portuguesa, seja ao falar ou escrever, é de suma importância para o desempenho em sociedade, em todos os campos, especialmente no campo profissional.

A imagem do profissional pode ser comprometida pela falta de domínio da língua materna, causando dúvida em relação à qualidade do trabalho. Os empregadores têm valorizado os funcionários que se expressam correta e fluentemente, a impressão negativa causada pela comunicação fora dos padrões da língua culta é muito mal recebida pelo público interno e externo, pois transmite uma imagem de profissional mal informado, de baixo nível cultural e que não tem o hábito de leitura.

Diante disso, usar a língua corretamente é fundamental para o sucesso do profissional e da empresa, é essencial que profissional tenha consciência de que seu sucesso na profissão depende de seu talento na área específica escolhida, mas também de sua desenvoltura no uso da linguagem, pois ela faz parte da vida prática e é definida por Carvalho e Nascimento (1981, p. 9) como: “Todo sistema de sinais que podem servir para a comunicação entre indivíduos”, sendo assim, pode-se dizer que há linguagem dos animais e vários tipos de linguagem entre os homens, por exemplo, os gestos, as mímicas, os sinais. No entanto, no sentido restrito da linguagem humana, os mesmos autores afirmam que “podemos entender linguagem como um sistema de palavras que a humanidade se serve para comunicação de suas ideias e pensamentos” (1981, p. 8), ou seja, é o instrumento que usamos para nos comunicar, passar aos outros nossas ideias e pensamentos.

Mas, para que haja uma boa comunicação, é essencial o domínio da língua, é impossível ter uma adequada comunicação sem conhecer a escrita, a estruturação morfológica e sintática da língua, assim como seus vocábulos e o sentido do léxico. Porém, como ocorre em todas as línguas, o Latim não era uniforme na Itália, o povo usava a língua despreocupadamente, enquanto os estudiosos eram rigorosos nos preceitos gramaticais, gerando o Latim Clássico e o Latim Vulgar.

Essa divisão ainda persiste nos dias atuais e em todas as línguas, língua culta e coloquial, no entanto nos momentos formais é necessário ter-se claro que a língua culta, obediente às normas gramaticais, é exigida pela sociedade em que estamos inseridos.

Muitas pesquisas têm sido realizadas sobre a língua portuguesa, especialmente a língua falada, embora a língua falada e a escrita sigam o mesmo sistema linguístico suas regras são diversas e específicas.

A língua é ao mesmo tempo simples e complexa e está presente no cotidiano seja na expressão oral ou escrita, verbal e não verbal, é um tipo de código formado por palavras e leis combinatórias por meio do qual as pessoas se comunicam e interagem entre si. Nem a língua, nem a fala são imutáveis, elas se modificam com a história pessoal de cada indivíduo, de acordo com as necessidades, ou seja, de acordo com as influências do meio.

Além disso, a língua apresenta variações de acordo com as condições sociais, culturais, regionais e históricas em que é usada, essas variações são chamadas de variações linguísticas,

todas são corretas desde que estabeleçam comunicação. É preciso saber empregar bem a língua de modo a adequá-la às mais diferentes situações de que participamos.

Segundo Camara Jr. (1999, p. 22) “cada um de nós tem que saber usar uma boa linguagem para desempenhar o seu papel de indivíduo humano e de membro de uma sociedade humana”. É quase que somente pela linguagem que nos comunicamos na vida social, porém é necessário distinguir a linguagem oral da linguagem escrita.

Como resultado da complexidade da cultura humana surgiu a necessidade da escrita que recebe importância maior que a oral. Em nossa cultura, por exemplo, a escrita é indispensável. A escrita é vista como complexa, formal e abstrata enquanto a falada mais simples, informal, concreta e dependente do contexto.

As línguas humanas comunicam-se pelo som, algumas línguas, não todas, ainda hoje, não têm a escrita, essa expressão surgiu por volta de 5.000 anos atrás, no Oriente Médio. Não se conhece grupo humano que não tenha uma língua, a realidade humana é inseparável desse elemento, calcula-se que existam cerca de 4.000 línguas sendo faladas. Assim, “Compreender a diversidade linguística é abrir horizontes para entender a grande pluralidade social, cultural e histórica que marca nossa espécie” (MANDRYK; FARACO, 1998, p. 219). A linguagem oral tem suas características peculiares, como timbre da voz e gestos corporais, recursos que facilitam a comunicação e estão integrados ao ambiente, por isso imagina-se que esse recurso seja o ideal, porém vale lembrar que nenhum orador sério usa da espontaneidade irresponsavelmente. Conta a história que os discursos de Demóstenes cheiravam a azeite, o que ele admitiu. Já a linguagem escrita não dispõe desses recursos tendo que substituí-los por elementos gramaticais. A ausência do interlocutor desestimula o produtor de textos, “o ambiente não se integra em nossas palavras como elemento funcional” (CAMARA JR., 1999, p. 58).

124

Quando se vai escrever faltam ao produtor de textos, seja qual for o estilo, os recursos da fala, entre eles a presença do interlocutor, “a escrita é, nesse sentido, um diálogo a distância” (MANDRYK; FARACO, 1998, p. 10), por isso o trabalho de escrever se torna mais difícil, é preciso escrever e julgar o próprio texto colocando-se no lugar do leitor, não é possível apenas passar a fala para o papel. A maior qualidade de um texto é a clareza, porém, além disso, as partes do texto, seus parágrafos, devem ser coesos, não se esquecendo da necessidade de obedecer às regras da gramática. Escrever bem depende de técnica, que deve ser adquirida.

2.1 Característica de um Bom Texto

TECENDO A MANHÃ (Melo Neto)

Um galo sozinho não tece uma manhã:
ele precisará sempre de outros galos.
De um que apanhe esse grito que ele
e o lance a outro; de um outro galo
que apanhe o grito de um galo antes
e o lance a outro; e de outros galos
que com muitos outros galos se cruzem
os fios de sol de seus gritos de galo,
para que a manhã, desde uma teia tênue,
se vá tecendo, entre todos os galos.
E se encorpando em tela, entre todos,

se erguendo tenda, onde entrem todos,
se entreendendo para todos, no toldo
(a manhã) que plana livre de armação.
A manhã, toldo de um tecido tão aéreo
que, tecido, se eleva por si: luz balão.

Fiorin e Savioli (1991, p. 77) ao analisarem o poema acima dizem que:

Tomando o poema todo, verifica-se que seu primeiro termo é ‘um galo’, isto é, o produtor que está na origem do processo de transformação de uma matéria-prima em produto, e que seu último termo é ‘luz balão’, ou seja, o produto que, com seus múltiplos valores de uso, está no movimento da circulação.

Pode-se entender que assim deve ser um texto bem escrito, um todo significativo. Entende-se texto como “unidade lingüística concreta, percebida pela audição (fala) ou pela visão (escrita), que tem unidade de sentido e intencionalidade comunicativa” (CEREJA; MAGALHÃES, 1999, p.30). Um bom texto não é um aglomerado de frases, para que elas constituam um texto é preciso que o mesmo apresente unidade temática, falar sempre do mesmo assunto; ideias em sequência, ou seja, o texto deve ser coeso; definir com clareza para quem estamos escrevendo e qual a finalidade; a relevância das informações e a melhor sequência das mesmas, organizado tudo isso harmonicamente, não se esquecendo da revisão gramatical. O Administrador de Empresas não precisará apenas escrever cartas comerciais e relatórios, outros tipos de textos surgirão e é preciso conhecer a estrutura de organização de um texto.

125

A elaboração do texto escrito não diz respeito apenas ao conteúdo semântico, exige-se unidade, coerência, concisão e clareza, é preciso compreender a relação da língua oral e da língua escrita e suas diferenças fundamentais, pois, segundo Fávero, Andrade e Aquino (2000, p. 55) formular um texto é “efetivar atividades que estruturam e organizam os enunciados de um texto e o esforço que o locutor faz para produzi-los se manifesta por traços que deixa em seu discurso”.

Às vezes ocorrem falhas na comunicação porque o locutor não calculou bem o sentido do que queria expressar ou o interlocutor não domina o vocabulário ou o assunto, assim, não existem textos coesos e coerentes em si mesmos, a textualidade está diretamente relacionada ao contexto discursivo. Um texto pode ser adequado e bem formulado para uma situação e completamente inadequado e incoerente em outra circunstância.

O ADMINISTRADOR DE EMPRESAS E O NECESSÁRIO USO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Apesar das crises em todos os setores da sociedade, das dificuldades financeiras e da busca por qualidade e desempenho, além da necessidade de constante redução de custos, a profissão de administrador de empresas é muito valorizada. A administração é necessária nas organizações porque sem ela as pessoas estariam entregues a si próprias e trabalhariam para a obtenção de seus objetivos independentemente das demais.

Os administradores de hoje necessitam estar prontos para enfrentar situações novas e tomar decisões rápidas envolvendo um planejamento e desenvolvimento sistemático. As rápidas e constantes mudanças tecnológicas têm exigido profissionais com pensamento gerencial

sincronizado com as situações evolutivas, dessa forma, o profissional da área de administração é preparado para atuar em um ambiente extremamente dinâmico e cada vez mais competitivo, em qualquer área da administração de uma empresa, pois foi preparado para planejar, organizar, dirigir e controlar.

Assim, atualmente, o mercado é muito atraente para os administradores e existe uma demanda grande por profissionais qualificados e motivados a assumirem a função. Constantemente jornais e revistas divulgam estatísticas reforçando a necessidade de profissionais capacitados.

Porém diversas características inovadoras são requeridas desses profissionais que precisam, além da competência e seriedade, de muita dinâmica, bom relacionamento e espírito empreendedor. Os administradores dos níveis mais elevados têm interesses mais amplos dos que aqueles que não têm posições executivas, isso tem sido comum aos que apresentam maior pontuação em testes de cálculo, língua e persuasão, ou seja, eles são capazes de compreender e tratar de uma gama mais ampla de problemas.

Entender e praticar com domínio as normas da língua portuguesa culta tem se tornando, a cada dia, mais importante para o sucesso e reconhecimento de profissionais em todas as áreas. Antigamente, chefes, diretores e gerentes contavam com uma secretária e a falta de domínio da língua portuguesa não era percebida, pois quem deveria conhecer e usar adequadamente a língua era ela. Nos dias atuais, na chamada era da comunicação, a situação se modificou. As empresas estão com um quadro de pessoal cada vez mais restrito, os próprios executivos têm que escrever relatórios, preparar documentos e enviar e-mails.

Comunicação não era um termo importante no vocabulário da administração, mas a partir do momento em que se começou a ter preocupação com as pessoas a comunicação passou a ser um dos maiores interesses da administração. Essa atual preocupação com o tema está evidente nas vultosas quantias de dinheiro gasto com programas de comunicação, bem como com seminários e workshops. A comunicação, entendida como cadeia de entendimento que liga os membros de várias unidades de uma organização em diferentes níveis e áreas, tem sido apontada como a qualificação mais essencial de um executivo para ser promovido para níveis mais elevados.

O termo comunicação tem se tornado comum, pois o interesse pelo seu processo tem aumentado significativamente, sem ela a sociedade não existiria, segundo Martins e Zilberknap (1997, p. 23), "o ser humano tem necessidade imperiosa de externar seus sentimentos ou ideias". Comunicar envolve os seguintes elementos: emissor, receptor, mensagem, canal, código e referente, porém mesmo que todos os elementos estejam presentes, se houver interferência a comunicação não se estabelece. Essa interferência pode ser chamada de ruído, entropia ou redundância. Ruído vai desde sons inadequados, mal estar que prejudique a emissão ou a recepção da mensagem, até um borrão no texto; entropia é a desorganização da mensagem; e redundância é a repetição.

O administrador típico passa grande parte do dia de trabalho em alguma forma de comunicação, que pode ser descendente ou ascendente. A comunicação descendente consiste em políticas, regras procedimentos que fluem da alta administração para os níveis mais baixos. A comunicação ascendente consiste no fluxo de relatórios de desempenho e outras informações dos níveis mais baixos para os mais altos. Ainda existe a comunicação lateral ou horizontal, entre indivíduos ou departamentos do mesmo nível, e a comunicação diagonal que cruza a cadeia de comando da administração. Nesse ambiente algumas barreiras estão presentes e para melhorar a eficácia da comunicação, seja organizacional ou interpessoal, é preciso desenvolver e manter uma consciência da necessidade de comunicação efetiva.

Sabe-se que, na administração de uma empresa, a comunicação é extremamente importante uma vez que todas as informações no âmbito organizacional devem ser transmitidas

com clareza e objetividade, de modo que não gerem dúvidas aos receptores das mensagens, além disso, vive-se, atualmente, em busca da qualidade total em produtos e serviços.

Pode-se, então, deduzir que uma empresa que objetiva alcançar a qualidade total não poderá transmitir uma imagem negativa a seus clientes, essa imagem negativa não se faz só com a falta de qualidade nos produtos e serviços, mas também com o mau uso da língua materna, ou seja, esse tipo de impacto poderá causar à clientela uma rejeição pelos produtos e/ou serviços.

A redação de um anúncio deve ser clara e conter informações essenciais para atrair os candidatos mais desejáveis. Para tanto, a pessoa do anunciante deverá demonstrar domínio de vocabulário, utilizar-se de palavras e frases dispostas corretamente, evitando, dessa forma, a disseminação de dúvidas e incoerências na mensagem.

É preciso que o pensamento de quem pretende se comunicar seja claro. Ideias confusas e emaranhadas, assim como a incorreta pontuação, má organização das frases, orações e períodos, aliada ao vocabulário impreciso e desorganização do texto não permitirão que haja uma comunicação eficiente e eficaz.

Segundo 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.

As produções de textos no âmbito administrativo requerem técnicas que proporcionem clareza às ideias e estabeleçam uma comunicação imediata, sabendo que essas habilidades podem ser adquiridas, pois conforme Medeiros (2000, p. 17), “a redação técnica, realizada segundo a linguagem corriqueira, aborrece não só o receptor, como também os profissionais redatores.” O autor destaca ainda que é preciso criatividade e qualidade nas redações administrativas, na redação comercial e oficial é necessário um vocabulário amplo, “pois quem dispõe de uma palavra para cada ideia tem maiores possibilidades de obter êxito profissional, de escolher uma forma expressional mais adequada ao objetivo que tem em vista” (MEDEIROS, 2000, p. 17).

Ao se falar em comunicação, não se pode esquecer que convivemos com o avanço da comunicação digital e isso tem exigido que o profissional escreva. As mensagens que circulam nas empresas aumentam a cada dia, o que não indica qualidade dos textos produzidos, é preciso ter-se clareza de que a mensagem eletrônica é um texto escrito e deve seguir as regras e exigências da língua escrita.

Pode-se assim concluir que há uma ligação intrínseca entre a imagem da empresa e a busca da qualidade total dessa organização. A Língua Portuguesa como um todo está amplamente ligada a esses dois fatores, já que há uma relação de interdependência entre ela e a imagem, no que concerne às mensagens escritas e orais emitidas pela empresa.

Essas mensagens são chamadas de correspondências, alguns autores dividem as correspondências em particular, entre pessoas físicas; oficial, entre órgãos da administração direta ou indireta do serviço público civil ou militar seja no âmbito municipal, estadual ou federal; e empresarial, entre empresas com as pessoas físicas ou jurídicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o desenvolvimento desse trabalho realizou-se uma pesquisa bibliográfica que não teve a pretensão de demonstrar resultados definitivos, mas alertar os alunos e profissionais da

área de Administração, levando-os à reflexão e à conscientização do poder da língua materna nos processos de comunicação organizacional.

Observou-se que uma boa redação necessita de argumentação adequada e convincente, além de precisão e assertividade vocabular, criatividade, coerência e, ainda, conhecimento do assunto em questão. Devem ser evitadas as falhas gramaticais, as gírias, as pontuações inadequadas, os pleonasmos, os estrangeirismos, as expressões vagas ou ambíguas. De acordo com Medeiros (1995, p. 47), “pensar antes de falar e refletir antes de escrever são regras fundamentais para a comunicação eficaz”.

Outro aspecto fundamental que se tem observado é a grande procura de curso de língua portuguesa por executivos, seja para si mesmos ou para suas organizações. É preciso preparar o profissional da área administrativa para lidar com a linguagem em suas diversas situações de uso e manifestações, pois o domínio da língua materna revela-se fundamental ao acesso às demais áreas do conhecimento. O administrador do futuro será pensador, estrategista, capaz de enfrentar as forças sociais, sabendo ainda como influenciar as forças governamentais e administrar pessoas.

Teve-se, ainda, em vista ajudar aqueles que estão sintonizados com a realidade do novo milênio, na compreensão do funcionamento da língua portuguesa em suas múltiplas variedades e nas diferentes situações de interação profissional e social.

O executivo tem entre suas funções a comunicação, ou seja, passar informações de uma pessoa para outra, os processos, as comunicações sejam formais ou informais, orais ou escritas, ascendentes ou descendentes, ou mesmo laterais são importantes para o comportamento humano e para a saúde empresarial.

Ao abordar a importância da Língua Portuguesa, confirmou-se a importância de se levar em consideração a repercussão da língua na imagem de uma organização, pois é sabido de todos que a língua faz parte da cultura de um país, e a sua correta utilização é um dever quase que patriótico. A língua materna encontra-se em todas as áreas do conhecimento e do saber humano: na troca de ideias sobre determinado assunto, nas negociações, na compra e venda de produtos ou serviços, na roda de amigos, nos bancos acadêmicos, no comércio, na indústria, nas organizações públicas, enfim, em todos os locais onde há seres humanos. Portanto, de forma oral ou escrita, deve ser usada de maneira adequada, deixando clara a mensagem do emissor para o receptor.

REFERÊNCIAS

ALAVA Séraphin & colaboradores. *Ciberespaço e formações abertas: rumo a novas práticas educacionais?* Porto Alegre: Artmed, 2002

ARRUDA, Eucídio. *Ciberprofessor: Novas Tecnologias, Ensino e Trabalho Docente*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais – terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa*. Brasília: MEC, 1998.

Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. *PCN: língua portuguesa*. Brasília: MEC/SEF, v. 4. 1997.

CAMARA JR, Joaquim Mattoso. *Estrutura da língua portuguesa*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

_____. *Manual de expressão Oral & Escrita*. 18. ed. Petrópolis : Vozes,1999.

CARVALHO, Dolores Garcia; NASCIMENTO, Manoel. *Gramática histórica: para o 2º grau e vestibulares*. São Paulo: Ática, 1981.

CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. *Português: linguagens*. 3. ed. São Paulo: Atual, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração: teoria, processo e prática*. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

COLOMER, Teresa. *Ensina a ler, ensinar a compreender*. Porto Alegre: ArtMed, 2002.

CORRADO, Frank M. *A força da comunicação: quem não se comunica*. São Paulo: Makron Books, 1994. 245 p.

DAVID, Mandryk; FARACO, C. Alberto. *Prática de redação para estudantes universitários*. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

FÁVERO, Leonor L.; ANDRADE, Maria Lúcia C. V. O.; AQUINO, Zilda G. O. *Oralidade e escrita: perspectiva para o ensino da língua materna*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

FÁVERO, Leonor L.; KOCH, Ingedore G. V. *Linguística textual: introdução*. São Paulo: Cortez, 1983.

FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. *Para entender o texto: leitura e redação*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1991.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. *Português instrumental*. Porto Alegre: Sagra-D.C. Luzzatto, 1997.

MATOS, Francisco Gomes. *Empresa que pensa: educação empresarial renovação contínua a distância*. São Paulo: Makron Books, 1996.

MEDEIROS, João Bosco. *Correspondência: técnicas de comunicação criativa*. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald C.; PIETRI, Paul H. *Administração conceitos e aplicações*. São Paulo: Harbra, 1986.

MELO NETO, João Cabral de. Tecendo a manhã. *Jornal de Poesia*. Disponível em: <<http://www.jornaldepoesia.jor.br/joao02.html>>. Acesso em 03 de novembro 2008.

PASCOAL, MIRIAM - *O Pedagogo na Empresa e a Responsabilidade Social Empresarial*- cecemca.rc.unesp.br/ojs/index.php/educacao/article/viewFile/1037/965
SANTOS, Eli Rozendo Moreira dos. *Comunicação na pequena, média e grande empresa*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1980.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *Gramática e interação: uma proposta para o ensino de gramática no 1º e 2º graus*. São Paulo: Cortez, 1996

130

R
E
V
I
S
T
A