

é se tornar a melhor de seu ramo, mundialmente, logo, contatos internacionais são indispensáveis. Mas o “Descomplica - Fala Simples” foi a solução encontrada para melhorar a comunicação interna da multinacional, onde o inglês é usado diariamente.

“O Descomplica não é sobre traduzir tudo para o português, mas, sim, trazer o discurso para uma forma simples, que todos entendam”, explica a diretora. A campanha passa pelo maior uso do português, quando possível, mas também pela disponibilização de um glossário contendo o significado das principais palavras e siglas em inglês que não podem ser traduzidas. “Essa conscientização coletiva criou um clima de contribuição. Dentro de uma reunião, é importante enfatizar essa preocupação do líder querer que o funcionário entenda plenamente o que está sendo falado para que ele também se sinta incluído e parte da empresa”, diz Cynthia.

Apesar de ainda recente, o Descomplica agradou funcionários, que elogiaram o programa em reuniões e formulários de avaliação. Cinara Coelho, analista de responsabilidade social da WestRock de Três Barras, em Santa Catarina, diz que, por não ser familiarizada com o inglês, sentia dificuldade em participar de conversas ou reuniões na multinacional. “Houve ocasiões que eu tive dificuldade para participar das conversas. Isso, muitas vezes, resulta em a gente não conseguir dar uma contribuição mais ativa. Agora, a informação chega de uma forma mais igualitária”, conta.

Divulgação/ WestRock



Houve ocasiões que eu tive dificuldade para participar das conversas. Isso, muitas vezes, resulta em a gente não conseguir dar uma contribuição mais ativa. Agora, a informação chega de uma forma mais igualitária”

Cinara Coelho, analista de responsabilidade social da WestRock de Três Barras (SC)

Arquivo pessoal



Comunicação boa é aquela que é entendida”

Maurício Carvalho, gestor de marketing e administrador de empresas



Você pode substituir...

Muitas palavras em inglês utilizadas no mundo do trabalho possuem correspondente no nosso idioma. Confira algumas alternativas para trocar o estrangeirismo pelo bom português e ter uma comunicação mais assertiva, com todos os tipos de público:

- » **Approach:** abordagem
- » **Background:** experiência, repertório
- » **Backstage:** bastidor
- » **Brainstorm:** chuva ou toró de ideias
- » **Briefing:** demanda
- » **Budget:** orçamento

- » **Call:** reunião
- » **CEO:** diretor-executivo
- » **Commodity:** mercadoria, matéria-prima
- » **Deadline:** prazo
- » **Feedback:** avaliação
- » **Follow-up:** acompanhamento
- » **Gap:** lacuna
- » **Know-how:** conhecimento
- » **Mindset:** mentalidade
- » **Networking:** rede de conexões ou contatos
- » **Newsletter:** boletim de notícias
- » **Paper:** artigo
- » **Skill:** habilidade
- » **Trend:** tendência
- » **Workshop:** oficina, seminário

A analista relata que o projeto impactou positivamente no seu desempenho profissional: “Eu achei fantástico! O Descomplica facilitou muito a compreensão das informações. Para nós que estamos nas unidades, tornou a comunicação mais acessível, mais clara. Eu vejo isso no meu trabalho e acredito que também no dos meus colegas.”

Equilíbrio

Ser bilíngue pode abrir portas para oportunidades únicas, mas saber qual linguagem usar também é importante, de acordo com o gestor de marketing e administrador de empresas Maurício Carvalho. “O estrangeirismo, usado em demasia, torna-se maléfico para o ambiente corporativo. Eu considero que o equilíbrio é importante”, diz.

Maurício enfatiza que o uso recorrente de termos em inglês que não são amplamente conhecidos no país pode causar um efeito oposto ao esperado: ao invés de causar uma boa impressão, gera antipatia. “Pode passar a impressão, para colaboradores e até mesmo possíveis clientes, de arrogância, de prepotência por parte do locutor, o que não é benéfico para o processo de comunicação”, pondera.

O especialista lembra que uma boa comunicação é aquela que é entendida pelo público-alvo da mensagem, ou receptor. Se isso não acontece, ela precisa ser trabalhada, ou até mesmo simplificada, para que o processo de transmissão da informação aconteça, de fato.

Pensando nisso, se a melhor maneira da organização passar sua mensagem é por meio do inglês, a solução é simplificar o discurso e explicar os termos. Caso contrário, quando o uso de palavras estrangeiras não é pertinente ou essencial, o melhor a se fazer é priorizar o nosso bom e velho português.

“Se você tem uma empresa que utiliza termos estrangeiros comuns para o mercado brasileiro, tudo bem. Eu acho que é válido, realmente a comunicação se vale de determinados termos ingleses. Agora, quando isso não é relevante ou não é comumente utilizado pelo público daquele setor, pode, de novo, criar barreiras, construir situações até mesmo de desgaste e de desconforto”, completa Maurício.

***Estagiária sob a supervisão de Priscila Crispi**