

# COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL: REFLEXOS DA LINGUAGEM PROJETADA COM A REALIDADE DOS JOVENS INICIANTES NO MERCADO DE TRABALHO<sup>i</sup>

*Lilian Pires<sup>ii</sup>*

*Debora Aparecida Almeida<sup>iii</sup>*

**RESUMO:** O presente estudo possui o intuito de discernir as principais as relações de comunicação e desenvolvimento mantidos entre os jovens emergentes no mercado de trabalho e as organizações. O tema deste trabalho é Comunicação Empresarial: Reflexos da linguagem projetada com a realidade dos jovens iniciantes no mercado de trabalho e as competências necessárias para sua inclusão. Quais as competências são necessárias para a ocupação de determinada vaga? Quais as maiores carências profissionais são encontradas nos jovens que procuram seu primeiro emprego? Até onde a tecnologia através da internet e aparelhos eletrônicos podem interferir e atrapalhar/ou ajudar na contratação desses jovens para o mercado de trabalho? Qual o papel da linguagem escrita e falada no meio empresarial? Os objetivos deste trabalho são os seguintes: Compreender as competências necessárias para que um indivíduo entrante no mercado de trabalho possa desenvolver sua carreira de forma promissora sabendo utilizar a tecnologia e a comunicação a seu favor; Identificar o conjunto de competências e a melhor forma de comunicação para o jovem profissional conseguir seu primeiro emprego; Investigar os desafios e perspectivas da juventude brasileira em relação ao mercado de trabalho; Comparar as diferentes percepções empresariais com a postura do jovem na atualidade. A pesquisa compreendeu um estudo ensaístico permeado por pesquisa bibliográfica e documental precedido de uma análise dialética que apontou as discrepâncias e lacunas existentes entre a teoria e a prática.

**Palavras-Chave:** Comunicação. Jovens. Mercado de Trabalho.

**ABSTRACT:** This study has the aim of discerning the main communication relations and development among youth kept emerging in the labor market and organizations. The theme of this work is Corporate Communication: Reflections of designed with the reality of young beginners in the labor market and the necessary language skills for inclusion. What skills are required for the occupation of certain vague? What are the biggest professional shortcomings are found in young people seeking their first job? Even where technology through internet and electronic devices can interfere with and disrupt / or assist in hiring these young people for the labor market? What is the role of written and spoken language in the business world? Our objectives are: Understand the skills necessary for an individual entrant in the labor market can develop your career promisingly knowing use technology and communication to their advantage; Identify the skill set and the best form of communication for young professionals get their first job; Investigate the challenges and prospects of Brazilian youth in relation to the labor market; Compare the different business insights to the attitude of the youth today. The research project included an essayistic study permeated by literature and documents preceded by a dialectical analysis that pointed out the discrepancies and gaps between theory and practice.

**Keywords:** Communication. Young. Labour Market.

## INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho pode ser considerado como uma etapa importante no desenvolvimento humano, o qual deverá fazer parte da sua rotina em um determinado estágio da vida, que em geral acontece ainda na juventude.

A vivência em sociedade está vinculada a diversos hábitos que podem decorrer de desejos ou de necessidades. Dentre as atividades desenvolvidas ao longo do tempo está a formação profissional e o ingresso no mercado de trabalho, que muitas vezes acontece em períodos de grandes transformações e adaptações.

A juventude consiste em uma etapa marcada por grandes mudanças onde ampliam-se as responsabilidades, aos poucos a dedicação aos estudos vai sendo substituída pelo primeiro emprego e novos direcionamentos e posturas devem ser tomados.

No entanto é necessário analisar priorizar requisitos indispensáveis para suprir ambas as partes envolvidas neste processo: o jovem que busca experiência e a organização que visa seu crescimento e desenvolvimento através da junção e da renovação de capital humano. O presente estudo possui o intuito de discernir as principais as relações de comunicação e desenvolvimento mantidos entre os jovens emergentes no mercado de trabalho e as organizações.

## APRESENTAÇÃO DO TEMA

O tema deste trabalho é Comunicação Empresarial: Reflexos da linguagem projetada com a realidade dos jovens iniciantes no mercado de trabalho e as competências necessárias para sua inclusão.

Quais as competências são necessárias para a ocupação de determinada vaga? Quais as maiores carências profissionais são encontradas nos jovens que procuram seu primeiro emprego? Até onde a tecnologia através da internet e aparelhos eletrônicos podem interferir e atrapalhar/ou ajudar na contratação desses jovens para o mercado de trabalho? Qual o papel da linguagem escrita e falada no meio empresarial?

Buscando com isso apontar para os estudantes em formação ou recém-formados qual o melhor caminho a seguir, em qual área se qualificar ou especializar, quais atitudes são consideradas incorretas na hora de conseguir um emprego ou manter-se nele, e as melhores formas de comunicação para conseguir uma vaga nesse aquecido mercado de trabalho e a influência da tecnologia na sua carreira profissional. Com relação a problemática questiona-se : Quais são os problemas de comunicação comumente encontrados pelas empresas em relação aos jovens que pretendem ingressar no mercado de trabalho?

Este trabalho de pesquisa tem como objetivo geral compreender a postura profissional com relação à tecnologia *versus* comunicação oral e escrita, dos contratantes, empresas e prestadores de serviços em geral, o que se procura na hora de admitir um novo funcionário ou colaborador. Distinguir quais os maiores problemas de comunicação existentes no meio com a questão tecnológica bem como a influência da tecnologia no mercado de trabalho. Através dos dados coletados, apontar aos jovens à procura de emprego qual a melhor postura a ser seguida para conseguirem uma vaga nesse aquecido mercado de trabalho cada vez mais competitivo e exigente que faz parte da realidade mundial. Os objetivos deste trabalho são os seguintes: Compreender as competências necessárias para que um indivíduo entrante no mercado de trabalho possa desenvolver sua carreira de forma promissora sabendo utilizar a tecnologia e a comunicação a seu favor; Identificar o conjunto de competências e a melhor forma de comunicação para o jovem profissional conseguir seu primeiro emprego; Investigar os desafios e perspectivas da juventude brasileira em relação ao mercado de trabalho; Comparar as diferentes percepções empresariais com a postura do jovem na atualidade.

O presente estudo ensaístico numa etapa inicial recorreu a uma revisão da literatura através de pesquisa bibliográfica através de documentos institucionais (artigos, monografias, relatórios de pesquisa, ordenamentos jurídicos, projetos, etc.) e também periódicos, livros, internet, que complementem com pontos de vista dos atores envolvidos a contextualização teórica do tema em questão.

As seguintes técnicas foram privilegiadas na obtenção dos dados: revisão da literatura, e levantamento da documentação online que tratasse do assunto desta forma a pesquisa caracterizou-se como *bibliográfico-documental*;

Para o tratamento e análise do material bibliográfico e documental relativo à pesquisa foi utilizada a técnica de análise dialética, no intuito de uma reflexão crítica.

## **REVISÃO TEÓRICA**

A revisão teórica permeia-se

## **COMPETÊNCIAS: CONHECIMENTO, HABILIDADE E ATITUDE**

Como o nosso país está em pleno desenvolvimento estrutural, social e econômico, nada mais justo e recompensador que os nossos jovens participem desse progresso com a sua força de vontade e de trabalho, procurando ocupar as vagas de trabalho que estão surgindo e tendo capacitação e qualificação para isso. Contudo o que tem acontecido não é bem isso, as grandes empresas buscam mão de obra especializada em outros países, trazem pessoal de fora para preencherem

essas vagas, tanto as de níveis de exigência de formação intelectual e técnica mais elevada, quanto às do chamado “chão de fábrica”, ou do setor de produção.

Os jovens, que estão continuamente, conectados em tudo através da internet e tecnologia avançada precisam também estar atentos a outras questões que são relevantes na hora de conseguir um emprego, como por exemplo, uma boa comunicação. É necessário saber se expressar tanto na fala quanto na escrita, estes são requisitos básicos para a integração ao mercado de trabalho. Temos vários exemplos através de notícias de televisão sobre redações do Enem, de vestibulares, que mostram que os jovens não sabem mais escrever corretamente, a própria internet através das mídias sociais dissemina as gírias, as abreviações, criando o vocabulário “*internetês*” faz com que a gramática correta e a fala propriamente dita tenham sido quase que extintas da realidade desses jovens. Segundo Soares *apud* GALLI (2012, p.1) esse talvez seja “o processo mais eficaz que a história conhece no plano da instauração de uma língua transnacional, ultrapassando modelos imperialistas tradicionais ou processos colonialistas convencionais”.

Por esse motivo as empresas que precisam contratar mão de obra jovem, que está totalmente integrada aos assuntos tecnológicos estão encontrando dificuldades na hora da contratação.

Pensando nisso esse artigo busca compreender: Quais as competências são necessárias para a ocupação de determinada vaga na visão das empresas? O que os jovens precisam fazer para conseguirem entrar no mercado de trabalho? Como está o reflexo da linguagem projetada na realidade da juventude brasileira?

O primeiro conceito a ser definido é o de competência que também é conhecido pela sigla “CHA” (**C**onhecimento, **H**abilidade e **A**titude) que pode ser atribuído a diferentes elementos, nesse caso à empresa e às pessoas.

Para Dutra (2001, p. 27):

De um lado temos a organização, com um conjunto próprio de competências. Estas originam-se da gênese e do processo de desenvolvimento da organização e são concretizadas no seu patrimônio de conhecimentos. Tal patrimônio por sua vez, estabelece as vantagens competitivas da empresa no contexto em que está inserido. De outro lado temos as pessoas, com seu conjunto de competências que pode ou não estar sendo aproveitado pela empresa.

**Figura 1:** Conhecimento, Habilidade e Atitude (CHA)



by: Jairo Silva

Fonte: SILVA (2014)

## EMPREGABILIDADE, TRABALHO E OPORTUNIDADES

Vejamos um conceito de trabalho segundo Oliveira (1987, p.5): “Trabalho é a atividade desenvolvida pelo homem, sob determinadas formas, para produzir a riqueza”.

Sua história começa quando o homem buscou meios de satisfazer suas necessidades materiais. Quando essa satisfação é atingida, ampliam-se as necessidades a outras pessoas, surgindo assim as relações sociais que determinam a condição histórica do trabalho. O que pode diferenciar essas relações sociais, seria a desigualdade social que cria a desigualdade intelectual: “Ela cria o nivelamento intelectual, torna uniformes e primitivas grandes massas de pessoas”. (BAGOLINI, 1997, p. 31)

Mas em um mundo onde todos tivessem as mesmas oportunidades e possibilidades de desenvolver suas habilidades e qualificações, mesmo assim, uns se sobressairiam aos outros, pois não serão todos absolutamente iguais, negando a desigualdade originária criando uma desigualdade autêntica, segundo Bagolini (1997).

Ao se tratar de empregabilidade, especialização, competências, depende de cada indivíduo aproveitar as oportunidades, reconhecê-las e fazer o possível para se aprimorar e se tornar qualificado.

De acordo com Silva (1997, p.30):

Empregabilidade é o esforço contínuo para se adquirir conhecimento e desenvolver novas habilidades que permitam a atitude correta diante da função atual e a preparação adequada para o exercício de nova atividade futura. É assumir a responsabilidade pela carreira profissional aprimorando-se continuamente e preparando-se para assumir, a qualquer momento, a terceirização do trabalho que executa.

Mas segundo pesquisa recentemente divulgada, 70% dos jovens disseram que não se sentem preparados para o mercado de trabalho, e muito disso se deve ao apoio que os jovens dessa geração recebem dos pais, saindo de casa muito mais tarde ou não saindo. Os pais desejam que os jovens tenham um diploma de faculdade e acham que com isso eles conseguirão o emprego dos sonhos, mas geralmente não é tão fácil assim. É preciso se adaptar ao mercado, planejar sua carreira profissional, se especializar, pois demanda de trabalho existe em todas as áreas, sendo necessário aos jovens aproveitar as chances que surgirem em seu caminho.

Para Madalena Feliciano (2014), diretora de projetos da empresa Outliers Careers:

“A geração de jovens dos anos 60 e 70 viam o ingresso ao mercado de trabalho como uma oportunidade de realizar desejos pessoais que não eram supridos pelos seus pais, mas isso foi mudando com o passar de gerações”.

Com as vagas existentes e outras que estão surgindo, a realidade do mercado de trabalho brasileiro é diferente de alguns anos atrás, só depende da iniciativa do poder público e privado em criar as condições necessárias para a qualificação e capacitação desses jovens trabalhadores e do interesse por parte dos mesmos em se preparar para ocupar essas vagas.

O desenvolvimento de programas, por meio de instituições públicas, promove incentivo e amplia as oportunidades aos jovens para que possam ingressar no mercado de trabalho com as competências primordiais já adquiridas. Instituições como o SENAI e SENAC, já com sede instalada na cidade de Curitiba, auxiliam os jovens no processo de transição do meio escolar ao mercado de trabalho.

Os fatores pertinentes à legislação, também promovem a inserção dos jovens no mercado de trabalho, como a Lei 10.097/200, ampliada pelo Decreto Federal 5.598/2005, a qual determina que todas as empresas de médio e grande porte contratem um número de aprendizes equivalente ao mínimo de 5% e no máximo 15% do seu quadro de funcionários cujas funções demandem formação profissional. (JORNAL, 2014, p. 16).

De acordo com o Art. 402 “Considera-se menor para os efeitos desta Consolidação o trabalhador de quatorze até dezoito anos.” (BRASIL, 2000). Para participar do programa Jovem Aprendiz, é necessário que o jovem esteja devidamente matriculado e frequentando a instituição de ensino, além de participar de programas ou estar conveniado à instituição mediadora, por sua vez conveniada à empresa que oferece a vaga.

A questão da qualificação não é só uma necessidade das empresas, mas também serve para melhorar a qualidade de vida das pessoas, que quando conseguem um bom emprego, são bem recompensadas e valorizadas pelo seu desempenho e, se sentem mais integradas à sociedade em que vivem. “As pessoas são contratadas para oferecer soluções e não para administrarem problemas ou gerenciarem desculpas.” (SILVA, 1997, p.31)

**Figura 2:** Habilidades destinadas ao mercado de trabalho



Fonte: O Globo (2014)

Atualmente com a globalização, a tecnologia cada vez mais avançada e mais presente em todos os lugares, empresas, processos, enfim, no dia-a-dia de todos os trabalhadores precisam estar sempre atualizados, para poder competir no mercado de trabalho que fica cada dia mais exigente e competitivo, criando novos valores que passam a ser o grande diferencial de sua carreira profissional.

Para Carlos Hilsdorf (2009, p.1):

Há algum tempo o capital intelectual era uma vantagem competitiva por excelência. Hoje sem a presença do capital emocional e do capital ético, apenas para citar duas concepções vigentes, apenas o capital intelectual não garante a contratação e permanência no mercado de trabalho.

O desenvolvimento tecnológico sugere que ao capital humano cabe de aptidões de cunho pessoal, enaltecendo o comportamento e também características intelectuais, uma vez que a muitas funções desempenhadas passaram a ser desenvolvidas por máquinas deixando de ser robóticos.

Conforme Silva (1997, p.34):

Qualidade Total e suas implicações na competitividade das empresas e na melhoria da qualidade de vida são ideias e devem ser implementadas apenas deve-se respeitar a capacidade humana de assimilação e valorizar-se a preparação das pessoas que, por sua vez, repassarão os conceitos, ferramentas e conhecimentos às demais, capacitando-as a administrarem as pessoas, processos e resultados, com o enfoque da Gestão pela Qualidade Total.

Segundo Antunes (2004), o processo não se restringe a essa dimensão, já que uma parte do trabalho é transferida para as máquinas informatizadas, que se tornam mais inteligentes. Mas como uma máquina não pode funcionar sem uma intervenção humana, seria necessário uma maior interação entre ser humano e máquinas, fazendo surgir um envolvimento interativo, ampliando as formas de trabalho modernas, e diferenciando as atividades cotidianas, rotineiras, e autodeterminadas, criando um ambiente novo e atividades novas a cada dia.

Mas toda essa tecnologia também pode ter um lado ruim para os trabalhadores, onde uma só máquina pode fazer o trabalho de várias pessoas, por esses e outros vários motivos é que as pessoas devem estudar cada vez mais, se qualificar, se capacitar, adquirir conhecimento em múltiplas áreas, treinar suas competências, para poderem concorrer com essa realidade tão inconstante.

De acordo com Bridges (1995, p.17):

A tecnologia também torna obsoletos os empregos ao substituir o mundo de mudanças relativamente lentas das “coisas” pelo mundo muito mais veloz dos “dados”. Coisas precisam ser montadas ou processadas a partir de matérias-primas por equipes de trabalhadores; dados são digitados num terminal por um único trabalhador – ou até mesmo manuscritos ou falados nos computadores de amanhã.

Por isso a capacitação e qualificação se tornaram requisitos básicos para qualquer tipo de emprego, juntamente com a qualidade em busca da excelência, do conhecimento, das habilidades e da atitude.

Outro aspecto importante para qualquer indivíduo é a satisfação pessoal, trabalhar com o que gosta, com um ambiente agradável, motivado, onde sempre se deseje mostrar o melhor de si, com oportunidades de crescimento na empresa, e principalmente com qualidade de vida.

Para Csikszentmihalyi (2004, p.32):

A maioria dos empregados tende a conformar-se com o cumprimento das ordens superiores, sem se arriscar a nada que possa balançar o barco. É um conformismo que a maioria das organizações valoriza. Num ambiente em constante mutação e extremamente competitivo, precisa-se, porém, de mais do que isso. Os trabalhadores do conhecimento, em especial, tentem a dar valor à própria autonomia, e precisam de escopo para a iniciativa e o crescimento.

Segundo um artigo publicado on-line no blog do Trabalho:

A exigência para contratações aumenta, mas são os profissionais que devem ficar atentos em manterem-se atrativos. Para Bevilacqua, “o controle das carreiras profissionais não pode estar nas mãos das empresas. O mercado é dinâmico e são os profissionais, com suas próprias organizações, que devem encaminhar suas carreiras.” (SURUAGY, 2011, p.01)

Está nas mãos de cada indivíduo buscar as oportunidades de qualificação e profissionalização necessárias para a carreira que ele almeja alcançar e correr atrás de conhecimento, ter habilidade para por em prática o que aprendeu e atitude para aplicar o saber adquirido buscando atingir os objetivos pessoais e da empresa, sempre se atualizando e se especializando em mais de uma área se possível, para ter mais opções na hora de encontrar o emprego dos sonhos e ser um profissional respeitado, reconhecido e feliz com o que faz.

Para WAGNER; HOLLENBECK *apud* MELO; MARÇAL, (2013, p. 24) “Satisfação no trabalho é um sentimento agradável que resulta da percepção de que nosso trabalho realiza ou permite a realização de valores importantes relativos ao próprio trabalho”.

## COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA

É importante ressaltar a relação entre comunicação e evolução tecnológica. Todos precisam se adaptar aos novos tempos, as novas formas de comunicação, a comunicação verbal feita através da linguagem oral e escrita como existia há algum tempo, sofreu muitas transformações com o passar do tempo.

De acordo com Polistchuck (2003, p.34):

Tecnologias permitem ao ser humano ampliar suas potencialidades, estender seus sentidos e controlar o meio natural e o social em que vive. Nelas estão contidas nossas virtudes e vêm embutidos nossos defeitos. Aprendemos, então, que quando uma tecnologia se torna familiar, os que



dela se utilizam tendem a dela se tornar dependentes. Ficamos sabendo também que essa dependência tecnológica serve de ponto de apoio social ao poder político e econômico de que passam a dispor os que detêm direitos sobre tais inovações.

Para Pimenta (2010), a invenção da escrita há aproximadamente cinco mil anos fez com que a relação das pessoas com o tempo e espaço fosse alterada, fazendo com que as informações pudessem ser registradas e assim levadas de um local para outro e serem mantidas, sem se extinguir com quem as criou, podendo assim o conhecimento produzido pela humanidade ser acumulado e socializado. Com a invenção da tipografia o acesso às informações foi facilitado, dando início à comunicação de massa.

Entre as décadas de 1830 e 1870 do século XIX, com a chegada da eletricidade, surgiram várias invenções como o telégrafo e o telefone que facilitaram ainda mais a comunicação, que já podia ser feita com a mesma velocidade da corrente elétrica. Com o início do uso de ondas eletromagnéticas nas transmissões das mensagens, há aproximadamente um século, através do telégrafo, rádio e mais recentemente televisão houve uma ampliação da comunicação para um grande número de pessoas em um menor espaço de tempo.

E finalmente com a chegada da internet as informações podem ser recebidas e enviadas em tempo real, pode-se conversar com o mundo todo através de um simples toque na tela do computador, *tablet* ou *smartphone*, as barreiras e fronteiras para a comunicação foram extintas.

Para Almeida (1996):

A tecnologia é gerada porque, em caso contrário, a sociedade entraria em processo de decadência; ajuda a solucionar problemas como a falta de produtividade do solo ou as dificuldades de comunicação; ajuda a superar deficiências físicas como a surdez ou a cegueira; possibilita o aumento do conforto humano; conecta o planeta todo a um custo muito baixo; possibilita aos detentores da tecnologia da informação maior influência sobre massas populacionais; aumenta a produtividade do trabalho humano; melhora a qualidade, o custo, a capacidade e a conveniência de produtos e serviços; proporciona aumentos na lucratividade de organizações; possibilita o aprimoramento nos processos de ensino e aprendizagem; e possibilita o aumento da segurança pessoal.

Mas toda essa modernidade pode nos fazer padecer de certa intoxicação tecnológica, assim como ela nos libera de tarefas cansativas de modo mais rápido, os recursos tecnológicos disponíveis podem promover e tornar ainda mais ágil aquilo que nos define como seres humanos: a comunicação.

Para Marchiori (2006, p.127):

Na era da informação, organizações viverão ou morrerão dependendo das habilidades que tiverem para processar dados, transformá-los em informações, distribuí-los adequadamente e usá-los com rapidez para tomar decisões hoje e mudá-las amanhã, quando chegarem novas informações.

As organizações estão cada vez mais conectadas e interligadas, em geral toda sua estrutura está atrelada a capacidade de comunicação, seja interna ou

externamente. O departamento de marketing é o principal meio de comunicação externa, uma vez que é responsável pela forma como as informações chegam até os clientes garantindo principalmente o desempenho das vendas, embora seja necessário desenvolver características de acordo com público-alvo, deve-se prezar pelo mantimento da identidade da empresa, evitando que o público obtenha uma imagem negativa. Para GARCIA (2012, p.1) “o Marketing é a chave-mestra da empresa, o seu mecanismo de entrada e de saída no mercado de trabalho”.

A comunicação possui diversas mutações e tende a se ramificar diante dos seus usos, tanto na subjetividade quanto em sua forma. A linguagem cotidiana em geral tende a ser simples, onde se preocupa cada vez menos com a ortografia e a coerência. Ao ingressar no ambiente corporativo as pessoas tendem a manter a mesma linguagem redigida em seus aparelhos eletrônicos quando acessam as redes sociais gerando conflitos, uma vez que o ambiente empresarial exige formalidades.

No meio empresarial, a empregabilidade correta da língua portuguesa faz parte da sua própria identidade, e oferece credibilidade junto à suas relações com clientes e fornecedores. Portanto, cabe ao jovem desenvolver aptidões de escrita além da linguagem “internetês” garantindo um diferencial que lhe permite maiores oportunidades dentre os demais na obtenção de vagas de emprego.

## **CONCLUSÃO**

A entrada dos jovens no mercado de trabalho apresenta um novo ramo de potencialidades e uma gama de desenvolvimento que necessita ser compreendida e aprimorada. Juntamente com o entusiasmo e a novos conceitos, estão os vícios que podem regredir o desempenho no âmbito empresarial.

A antecipação na empregabilidade traz uma série de oportunidades e desafios tanto aos novos trabalhadores quanto às organizações. A diversidade de perfis profissionais apresenta ao longo dos tempos um desafio ao setor de recrutamento de seleção, que tende a vincular o funcionário de acordo com suas aptidões para o cargo em que poderá obter maior desempenho.

No entanto algumas características estão presentes em grande parte da população, com as novas práticas sociais e a interferência da mídia nas relações estão os vícios de expressão presentes em grande parte da população economicamente ativa. Esses novos perfis são apresentados diretamente às vagas do mercado de trabalho, que embora esteja conectado a todo o ciclo de desenvolvimento ainda permanece com características próprias e imutáveis, como a formalidade de sua linguagem nas relações de comunicabilidade.

A capacidade de adaptação é uma grande virtude para a facilidade da ambientação e da convivência, alguns hábitos negativos devem ser substituídos assegurando maior tolerância e mais confiabilidade, cabe aos jovens que ingressam

no mercado ampliar seus conhecimentos e minimizar os equívocos assegurando a imagem positiva da organização e colaborando para a expansão da carreira profissional, ampliando as possibilidades de progresso no mercado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M. de S. **Cultura organizacional e atitudes contra mudanças.** In Revista de Ciências da Administração. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, ano 1, nº. 0, ago. 1998. Disponível em: <<http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/215/201>> Acesso em 10 mai. 2014.

ANTUNES, Ricardo; ALVES, Giovanni. **As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital.** Educ.Soc., Campinas, vol.25, n.87, p. 335-351, maio/ago. 2004. Disponível em <<http://www.cedes.unicamp.br>> Acesso em: 01 jul. 2014.

BAGNO, Marcos. **A norma oculta: língua e poder na sociedade brasileira.** São Paulo, Parábola Editorial: 2003.

BAGOLINI, Luigi. **Filosofia do trabalho.** São Paulo: LTr, 1997.

BRASIL, **Lei n.10.097**, de 19 de dezembro de 2000. Altera dispositivos da consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/10097.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/10097.htm)>. Acesso em: 23 mai. 2014.

BRIDGES, William. **Um mundo sem empregos.** Tradução José Carlos Barbosa dos Santos. Revisão técnica Vick Block. São Paulo: Makron Books, 1995.

CABRAL, Daniela. **Uma saída para a qualificação.** Revista Administrador Profissional. São Paulo, nº 229, p. 10-13, mensal, maio/2011.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Gestão Qualificada: a conexão entre felicidade e negócio.** trad. Raul Rubenich. Porto Alegre: Bookman, 2004.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão por competências.** São Paulo. Editora Gente, 2001.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. Linguagem da internet: um meio de comunicação global. Dez. 2012. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/nehte/artigos/LINGUAGEM%20DA%20INTERNET-um%20meio.pdf>> Acesso em: 10 jun. 2013.

GARCIA, Ramon. **A Importância do marketing para as organizações.** 13 fev. 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-importancia-do-marketing-para-as-organizacoes/61534/>> Acesso em: 10 jun. 2014.

HILSDORF, Carlos. **O que é empregabilidade?** Disponível em <<http://administradores.com.br/informe-se/artigos/o-que-e-empregabilidade/31256/>> Acesso em: 03 jul. 2013.

JORNAL A SEMANA. Curitiba: 18 de abril de 2014 - Semanal.

\_\_\_\_\_. Curitiba: 16 de maio de 2014 - Semanal.

MARÇAL, Camila Zoldal; MELO, Fabiola de Perez. **Satisfação no trabalho:** um estudo de caso numa empresa terceirizada. Jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/2.pdf>> Acesso em: 10 jun. 2014.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional:** um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano, SP: Difusão Editora, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita:** atividades de retextualização. São Paulo: Cortez Editora, 2013.

MOLLICA, Maria Cecília. **Da linguagem coloquial à escrita padrão.** Rio de Janeiro: 7 letras, 2003.

NASSAR, Paulo. **Tudo é comunicação.** São Paulo: Lazuli Editora, 2004.

OLIVEIRA, Carlos Roberto de. **História do trabalho.** São Paulo: Editora Ática S.A., 1987.

O GLOBO. **Brasil prioriza a experiência e a formação ao contratar.** Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/emprego/brasil-prioriza-experiencia-formacao-ao-contratar-la-fora-habilidade-pessoal-o-destaque-12431334>> Acesso em: 07 jun.2014.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial: conceitos e técnicas para administradores** . 7. ed. Campinas, SP. Editora Alínea, 2010.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SILVA, Jairo Cezario Oliveira. **Conhecimento, Habilidade e Atitude – CHA em Tecnologia em Gestão em Qualidade.** Disponível em: <<http://jairo-cezario.blogspot.com.br/2012/06/conhecimento-habilidade-e-atitude-cha.html?m=>> Acesso em 23 mai. 2014.

SILVA, Roberto Florentino da. **Qualidade e empregabilidade.** 1 ed. Londrina: Midiograf, 1997.

SURUAGY, Deine. **Informações nas redes sociais podem influenciar na contratação.** Disponível em: <<http://www.blog.mte.gov.br>> Acesso em: 03 jul. 2013.

---

<sup>i</sup> Artigo desenvolvido como pré-requisito para obtenção da titulação referente à Pós-Graduação “ Lato Sensu” em Marketing e Vendas.

<sup>ii</sup> Graduada em Administração pela UnC - Curitiba e Pós-Graduada em Marketing e Vendas pela Universidade do Contestado – Campus Universitário de Curitiba. E-mail: [lilian\\_cpirez@hotmail.com](mailto:lilian_cpirez@hotmail.com)

<sup>iii</sup> Professora Orientadora graduada em administração pela UnC - Curitiba, mestre em desenvolvimento regional pela FURB. Coordenadora do Curso de Administração e do Programa de Ensino Superior para o Desenvolvimento Regional – PROESDE da UnC – Curitiba. E-mail: [almdebora@gmail.com](mailto:almdebora@gmail.com)