

PortuEnglish? Temos!

Aqueles que entendem, se importam e praticam uma comunicação assertiva no seu dia a dia, conseguem se destacar pela sua capacidade em transmitir informações com clareza. E para tal, buscam se enquadrar aos diferentes públicos que interagem, personalizando cada relação, seja ela pessoal ou profissional. O locutor, para ser considerado assertivo, deve possuir uma comunicação eficaz, objetiva e adequada ao receptor.

Em uma matéria publicada pela PUCRS, em julho de 2021, denominada “Comunicação assertiva: entenda a importância”, a comunicação assertiva é considerada uma das principais competências de um profissional de sucesso, fornecendo vários benefícios que podem ser úteis tanto no trabalho quanto em outras áreas da vida.

No meio corporativo, é cada vez mais comum a utilização de palavras estrangeiras, como *call*, *deadline*, *budget*, *brainstorming*, *stakeholders* e *feedback*. Essa lista cresce cada dia mais, devido a várias razões, entre elas a globalização e o multiculturalismo, exigindo que os profissionais se atualizem constantemente, principalmente aqueles que não dominam línguas estrangeiras.

É só fazer uma breve pesquisa no LinkedIn, maior rede social profissional da atualidade, que encontrará muitas críticas referentes a adoção dessas palavras no âmbito profissional. Artigos, posts, comentários... muitos reafirmando a necessidade da utilização de palavras nativas para um ambiente mais inclusivo, acolhedor e que permita a comunicação assertiva entre os colaboradores e com os seus clientes.

Segundo o artigo “O mercado quer saber: *do you speak english?*”, publicado pelo site Correio, em maio de 2021, uma pesquisa realizada pela *British Council* apurou que apenas 5% dos brasileiros falam inglês e somente 1% da população possui fluência na língua. E isso mostra o quanto o estrangeirismo pode ser desafiador para muitas pessoas.

Esse fenômeno social, denominado estrangeirismo, acontece em todo o mundo e consiste no empréstimo de palavras e termos de outro idioma, auxiliando as atividades discursivas e enriquecendo a comunicação, muitas vezes expressando em uma única palavra, conceitos que em português teriam que usar duas, três ou mais palavras para definir com maior precisão, como é o caso do *drive-in*, que significa “qualquer estabelecimento onde cada freguês entra e é servido dentro do próprio automóvel”.

Palavras como *delivery*, *tablet*, *personal trainer*, *mouse*, *download*, *show*, *bacon* e tantas outras, se tornaram muito comum em nosso dia a dia e, de modo geral, grande parte dos brasileiros sabem o que significam e como escrevê-las.

O artigo “O bem e o mal do estrangeirismo”, do Super Interessante, publicado em março de 2022, traz uma reflexão interessante: “Se eu disser para minha mãe, de 76 anos, que me atrasei para visitá-la porque fiquei preso num *call* com o *C-level* da empresa para decidir sobre *performances* e *jobs*, ela não vai entender nada. Mas se eu explicar que demorei porque passei no *shopping center* para comprar um *tablet* para minha filha mais velha, a senhorinha vai entender na hora.”

Compreender o público que está interagindo é fundamental para o sucesso de uma comunicação assertiva e, o estrangeirismo, pode auxiliar em alguns casos, enriquecendo o diálogo, e ser dispensável em outros, quando se busca uma certa leveza na conversa,

utilizando palavras mais simples. O importante é fazer o uso desses empréstimos linguísticos no nosso dia a dia com bom senso, ponderando sempre quando, onde e com quem eles se fazem realmente necessários ou não.

Autora:

Iara Marcelino dos Santos é coordenadora de comunicação social no Ideias. Graduada em Serviço Social pela Faculdade Novo Milênio e pós-graduanda em MBA de Gestão de Projetos pela Faculdade Estácio, possui pouco mais de dez anos de experiência profissional investindo nas habilidades de liderança, gestão e planejamento junto as equipes sociais e multidisciplinares nos diversos projetos de atuação. A área de comunicação social e mobilização comunitária surge em diversos momentos da sua carreira. O engajamento de partes interessadas também foi sendo investido durante esses anos de atuação, onde teve a oportunidade de atuar e gerenciar os mais variados tipos de stakeholders.

Durante seis anos, atuou em projetos de educação ambiental junto as escolas públicas e corpo acadêmico, com a sensibilização para temas de eficiência energética e mudança de comportamento, além da mobilização e agendamento para visitas de uma unidade móvel de ensino, seguindo a metodologia PROCEL Educação.

Durante dois anos, esteve à frente na coordenação de equipe social com foco na sensibilização e convencimento sobre a importância da ligação intradomiciliar na rede coletora de esgoto, com visitas domiciliares, promoção de eventos comunitários, interface com empresas de engenharia e mediação de conflitos.

