



VOLTA GRANDE - MG

PREFEITURA MUNICIPAL DE VOLTA GRANDE
- MINAS GERAIS

Atendente

EDITAL Nº 1/2024, DE 20 DE JUNHO DE 2024

CÓD: SL-161JL-24
7908433260547

Língua Portuguesa

1. Compreensão e interpretação de texto	7
2. Fonema e letra: dígrafo, encontros vocálicos, encontros consonantais e divisão silábica	10
3. Substantivo: próprio, comum, simples, composto, concreto, abstrato, coletivo, gênero (masculino e feminino), número (singular e plural) e grau (aumentativo e diminutivo). Artigo. Adjetivo: simples, flexão de gênero e número, adjetivos pátrios. Numeral: cardinal, ordinal, multiplicativo, fracionário. Pronomes pessoais e possessivos. Verbo: noções de tempo presente, passado e futuro	12
4. Concordância nominal	26
5. Vocabulário. Significação das palavras: sinônimos e antônimos	27
6. Ortografia (escrita correta das palavras).....	27
7. Acentuação gráfica.....	28
8. Pontuação.....	29

Raciocínio Lógico e Matemático

1. Estrutura lógica de relações arbitrárias entre pessoas, lugares, objetos ou eventos fictícios. Dedução de novas informações das relações fornecidas e avaliação das condições usadas para estabelecer a estrutura daquelas relações. Compreensão do processo lógico que, a partir de um conjunto de hipóteses, conduz, de forma válida, a conclusões determinadas. raciocínio sequencial, formação de conceitos e discriminação de elementos.....	43
2. Compreensão e elaboração da lógica das situações por meio de: raciocínio verbal; raciocínio matemático (que envolva, dentre outros, conjuntos numéricos racionais e reais – operações, propriedades, problemas envolvendo as quatro operações nas formas fracionária e decimal, conjuntos numéricos complexos, números e grandezas proporcionais, razão e proporção, divisão proporcional, regra de três simples e composta, porcentagem); orientação espacial e temporal.....	50

Conhecimentos Gerais

1. Domínio de tópicos relevantes de diversas áreas, tais como: política, economia, sociedade, educação, tecnologia, energia, relações internacionais, desenvolvimento sustentável, segurança, artes e literatura e suas vinculações históricas a nível municipal, regional, nacional e internacional	77
--	----

Conhecimentos Específicos Atendente

1. O papel do(a) atendente.....	79
2. Marketing pessoal.....	81
3. Relacionamento interpessoal	82
4. Processo de comunicação.....	83
5. Atendimento telefônico. Atendimento ao público	84
6. Técnicas de recepção e atendimento.....	87
7. Qualidade na recepção do público	88
8. Agendamentos e tipos de agendas.....	90
9. Fluxo de entrada e saída de documentos	90

ÍNDICE

10. Tipos de arquivos.....	92
11. Ergonomia.....	103
12. Relações humanas no trabalho.....	104
13. Redação oficial.....	106
14. Ética profissional.....	116

LÍNGUA PORTUGUESA

COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO

Definição Geral

Embora correlacionados, esses conceitos se distinguem, pois sempre que compreendemos adequadamente um texto e o objetivo de sua mensagem, chegamos à interpretação, que nada mais é do que as conclusões específicas. Exemplificando, sempre que nos é exigida a compreensão de uma questão em uma avaliação, a resposta será localizada no próprio texto, posteriormente, ocorre a interpretação, que é a leitura e a conclusão fundamentada em nossos conhecimentos prévios.

Compreensão de Textos

Resumidamente, a compreensão textual consiste na análise do que está explícito no texto, ou seja, na identificação da mensagem. É assimilar (uma devida coisa) intelectualmente, fazendo uso da capacidade de entender, atinar, perceber, compreender. Compreender um texto é apreender de forma objetiva a mensagem transmitida por ele. Portanto, a compreensão textual envolve a decodificação da mensagem que é feita pelo leitor. Por exemplo, ao ouvirmos uma notícia, automaticamente compreendemos a mensagem transmitida por ela, assim como o seu propósito comunicativo, que é informar o ouvinte sobre um determinado evento.

Interpretação de Textos

É o entendimento relacionado ao conteúdo, ou melhor, os resultados aos quais chegamos por meio da associação das ideias e, em razão disso, sobressai ao texto. Resumidamente, interpretar é decodificar o sentido de um texto por indução.

A interpretação de textos compreende a habilidade de se chegar a conclusões específicas após a leitura de algum tipo de texto, seja ele escrito, oral ou visual.

Grande parte da bagagem interpretativa do leitor é resultado da leitura, integrando um conhecimento que foi sendo assimilado ao longo da vida. Dessa forma, a interpretação de texto é subjetiva, podendo ser diferente entre leitores.

Exemplo de compreensão e interpretação de textos

Para compreender melhor a compreensão e interpretação de textos, analise a questão abaixo, que aborda os dois conceitos em um texto misto (verbal e visual):

FGV > SEDUC/PE > Agente de Apoio ao Desenvolvimento Escolar Especial > 2015

Português > Compreensão e interpretação de textos

A imagem a seguir ilustra uma campanha pela inclusão social.



“A Constituição garante o direito à educação para todos e a inclusão surge para garantir esse direito também aos alunos com deficiências de toda ordem, permanentes ou temporárias, mais ou menos severas.”

A partir do fragmento acima, assinale a afirmativa **incorreta**.

- (A) A inclusão social é garantida pela Constituição Federal de 1988.
- (B) As leis que garantem direitos podem ser mais ou menos severas.
- (C) O direito à educação abrange todas as pessoas, deficientes ou não.
- (D) Os deficientes temporários ou permanentes devem ser incluídos socialmente.
- (E) “Educação para todos” inclui também os deficientes.

Comentário da questão:

Em “A” o texto é sobre direito à educação, incluindo as pessoas com deficiência, ou seja, inclusão de pessoas na sociedade. = afirmativa correta.

Em “B” o complemento “mais ou menos severas” se refere à “deficiências de toda ordem”, não às leis. = afirmativa incorreta.

Em “C” o advérbio “também”, nesse caso, indica a inclusão/adição das pessoas portadoras de deficiência ao direito à educação, além das que não apresentam essas condições. = afirmativa correta.

Em “D” além de mencionar “deficiências de toda ordem”, o texto destaca que podem ser “permanentes ou temporárias”. = afirmativa correta.

Em “E” este é o tema do texto, a inclusão dos deficientes. = afirmativa correta.

Resposta: Logo, a Letra B é a resposta Certa para essa questão, visto que é a única que contém uma afirmativa incorreta sobre o texto.

Ironia

Ironia é o recurso pelo qual o emissor diz o contrário do que está pensando ou sentindo (ou por pudor em relação a si próprio ou com intenção depreciativa e sarcástica em relação a outrem).

A ironia consiste na utilização de determinada palavra ou expressão que, em um outro contexto diferente do usual, ganha um novo sentido, gerando um efeito de humor.

Exemplo:



Na construção de um texto, ela pode aparecer em três modos: ironia verbal, ironia de situação e ironia dramática (ou satírica).

Ironia verbal

Ocorre quando se diz algo pretendendo expressar outro significado, normalmente oposto ao sentido literal. A expressão e a intenção são diferentes.

Exemplo: Você foi tão bem na prova! Tirou um zero incrível!

Ironia de situação

A intenção e resultado da ação não estão alinhados, ou seja, o resultado é contrário ao que se espera ou que se planeja.

Exemplo: Quando num texto literário uma personagem planeja uma ação, mas os resultados não saem como o esperado. No livro "Memórias Póstumas de Brás Cubas", de Machado de Assis, a personagem título tem obsessão por ficar conhecida. Ao longo da vida, tenta de muitas maneiras alcançar a notoriedade sem sucesso. Após a morte, a personagem se torna conhecida. A ironia é que planejou ficar famoso antes de morrer e se tornou famoso após a morte.

Ironia dramática (ou satírica)

A ironia dramática é um dos efeitos de sentido que ocorre nos textos literários quando a personagem tem a consciência de que suas ações não serão bem-sucedidas ou que está entrando por um caminho ruim, mas o leitor já tem essa consciência.

Exemplo: Em livros com narrador onisciente, que sabe tudo o que se passa na história com todas as personagens, é mais fácil aparecer esse tipo de ironia. A peça como Romeu e Julieta, por exemplo, se inicia com a fala que relata que os protagonistas da história irão morrer em decorrência do seu amor. As personagens agem ao longo da peça esperando conseguir atingir seus objetivos, mas a plateia já sabe que eles não serão bem-sucedidos.

Humor

Nesse caso, é muito comum a utilização de situações que pareçam cômicas ou surpreendentes para provocar o efeito de humor.

Situações cômicas ou potencialmente humorísticas compartilham da característica do efeito surpresa. O humor reside em ocorrer algo fora do esperado numa situação.

Há diversas situações em que o humor pode aparecer. Há as tirinhas e charges, que aliam texto e imagem para criar efeito cômico; há anedotas ou pequenos contos; e há as crônicas, frequentemente acessadas como forma de gerar o riso.

Os textos com finalidade humorística podem ser divididos em quatro categorias: anedotas, cartuns, tiras e charges.

Exemplo:

**INFORMAÇÕES IMPLÍCITAS****Definição**

Ao contrário das informações explícitas, que são expressadas pelo autor no texto, as informações implícitas não são expressadas da mesma forma. Em muitos casos, para que se faça uma leitura eficiente, é necessário que se vá além do que está mencionado, sendo necessário preciso inferir as informações de um texto, ou seja, decifrar suas entrelinhas.

Inferência: quer dizer concluir alguma coisa com base em outra já conhecida. Fazer inferências é uma habilidade essencial para a interpretação correta dos enunciados e dos textos. As principais informações que podem ser inferidas recebem o nome de subtendidas e pressupostas.

Informação pressuposta: é aquela cujo enunciado depende para fazer que consiga gerar sentido. Analise o seguinte exemplo: “Arnaldo retornará para casa?”. O enunciado, nesse caso, somente fará sentido se for levada em consideração que Arnaldo saiu de casa, pelo menos provisoriamente – e essa é a informação pressuposta. O fato de Arnaldo se encontrar em casa invalidará o enunciado. Observe que as informações pressupostas estão assinaladas por meio de termos e expressões expostos no próprio enunciado e implicam de um critério lógico. Desse modo, no enunciado “Arnaldo ainda não retornou para casa”, o termo “ainda” aponta que o retorno de Arnaldo para casa é dado como certo pelos enunciados.

Informação subentendida: diversamente à informação pressupostas, a subentendida não é assinalada no enunciado, sendo, portanto, apenas uma sugestão, isto é, pode ser percebida como insinuações. O emprego de subentendidos “camufla” o enunciado por trás de uma declaração, pois, nesse caso, ele não quer se comprometer com ela. Em razão disso, pode-se afirmar que as informações são de responsabilidade do receptor da fala, ao passo que as pressupostas são comuns tanto aos falantes quanto aos receptores. As informações subentendidas circundam nosso dia-a-dia nas as anedotas e na publicidade por exemplo; enquanto a primeira consiste em um gênero textual cujos sentido está profundamente submetido à ruptura dos subentendidos, a segunda se baseia nos pensamentos e comportamentos sociais para produzir informações subentendidas.

INTERTEXTUALIDADE

— Definições gerais

Intertextualidade é, como o próprio nome sugere, uma *relação entre textos* que se exerce com a menção parcial ou integral de elementos textuais (formais e/ou semânticos) que fazem referência a uma ou a mais produções pré-existentes; é a inserção em um texto de trechos extraídos de outros textos. Esse diálogo entre textos não se restringe a textos verbais (livros, poemas, poesias, etc.) e envolve, também composições de natureza não verbal (pinturas, esculturas, etc.) ou mista (filmes, peças publicitárias, música, desenhos animados, novelas, jogos digitais, etc.).

— Intertextualidade Explícita x Implícita

– **Intertextualidade explícita:** é a reprodução fiel e integral da passagem conveniente, manifestada aberta e diretamente nas palavras do autor. Em caso de desconhecimento preciso sobre a obra que originou a referência, o autor deve fazer uma prévia da existência do excerto em outro texto, deixando a hipertextualidade evidente.

As características da intertextualidade explícita são:

- Conexão direta com o texto anterior;
- Obviedade, de fácil identificação por parte do leitor, sem necessidade de esforço ou deduções;
- Não demanda que o leitor tenha conhecimento preliminar do conteúdo;
- Os elementos extraídos do outro texto estão claramente transcritos e referenciados.

– **Intertextualidade explícita direta e indireta:** em textos acadêmicos, como dissertações e monografias, a intertextualidade explícita é recorrente, pois a pesquisa acadêmica consiste justamente na contribuição de novas informações aos saberes já

produzidos. Ela ocorre em forma de citação, que, por sua vez, pode ser direta, com a transcrição integral (cópia) da passagem útil, ou indireta, que é uma clara exploração das informações, mas sem transcrição, re-elaborada e explicada nas palavras do autor.

– **Intertextualidade implícita:** esse modo compreende os textos que, ao aproveitarem conceitos, dados e informações presentes em produções prévias, não fazem a referência clara e não reproduzem integralmente em sua estrutura as passagens envolvidas. Em outras palavras, faz-se a menção sem revelá-la ou anunciá-la. De qualquer forma, para que se compreenda o significado da relação estabelecida, é indispensável que o leitor seja capaz de reconhecer as marcas intertextuais e, em casos mais específicos, ter lido e compreendido o primeiro material. As características da intertextualidade implícita são: conexão indireta com o texto fonte; o leitor não a reconhece com facilidade; demanda conhecimento prévio do leitor; exigência de análise e deduções por parte do leitor; os elementos do texto pré-existente não estão evidentes na nova estrutura.

— Tipos de Intertextualidade

1 – Paródia: é o processo de intertextualidade que faz uso da crítica ou da ironia, com a finalidade de subverter o sentido original do texto. A modificação ocorre apenas no conteúdo, enquanto a estrutura permanece inalterada. É muito comum nas músicas, no cinema e em espetáculos de humor. Observe o exemplo da primeira estrofe do poema “*Vou-me embora pra Pasárgada*”, de Manuel Bandeira:

TEXTO ORIGINAL

“Vou-me embora para Pasárgada
Lá sou amigo do rei
Lá tenho a mulher que eu quero
Na cama que escolherei?”

PARÓDIA DE MILLÔR FERNANDES

“Que Manoel Bandeira me perdoe, mas vou-me embora de
Pasárgada
Sou inimigo do Rei
Não tenho nada que eu quero
Não tenho e nunca terei”

2 – Paráfrase: aqui, ocorre a reafirmação sentido do texto inicial, porém, a estrutura da nova produção nada tem a ver com a primeira. É a reprodução de um texto com as palavras de quem escreve o novo texto, isto é, os conceitos do primeiro texto são preservados, porém, são relatados de forma diferente. Exemplos: observe as frases originais e suas respectivas paráfrases:

“Deus ajuda quem cedo madruga” – *A professora ajuda quem muito estuda.*

“To be or not to be, that is the question” – *Tupi or not tupi, that is the question.*

3 – Alusão: é a referência, em um novo texto, de uma dada obra, situação ou personagem já retratados em textos anteriores, de forma simples, objetiva e sem quaisquer aprofundamentos. Veja o exemplo a seguir:

“Isso é presente de grego” – alusão à mitologia em que os troianos caem em armadilhada armada pelos gregos durante a Guerra de Troia.

4 – Citação: trata-se da reescrita literal de um texto, isto é, consiste em extrair o trecho útil de um texto e copiá-lo em outro. A citação está sempre presente em trabalhos científicos, como artigos, dissertações e teses. Para que não configure plágio (uma falta grave no meio acadêmico e, inclusive, sujeita a processo judicial), a citação exige a indicação do autor original e inserção entre aspas. Exemplo:

“Na natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma.”

(Lavoisier, Antoine-Laurent, 1773).

5 – Crossover: com denominação em inglês que significa “cruzamento”, esse tipo de intertextualidade tem sido muito explorado nas mídias visuais e audiovisuais, como televisão, séries e cinema. Basicamente, é a inserção de um personagem próprio de um universo fictício em um mundo de ficção diferente. *Freddy & Jason* é um grande *crossover* do gênero de horror no cinema.

Exemplo:



Fonte: <https://www.correiobrasiliense.com.br>

6) Epígrafe: é a transição de uma pequena passagem do texto de origem na abertura do texto corrente. Em geral, a epígrafe está localizada no início da página, à direita e em itálico. Mesmo sendo uma passagem “solta”, esse tipo de intertextualidade está sempre relacionado ao teor do novo texto.

Exemplo:

*“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu,
mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre
aquilo que todo mundo vê.”*

Arthur Schopenhauer

FONEMA E LETRA: DÍGRAFO, ENCONTROS VOCÁLICOS, ENCONTROS CONSONANTAIS E DIVISÃO SILÁBICA.

Muitas pessoas acham que fonética e fonologia são sinônimos. Mas, embora as duas pertençam a uma mesma área de estudo, elas são diferentes.

Fonética

Segundo o dicionário Houaiss, fonética “é o estudo dos sons da fala de uma língua”.

O que isso significa? A fonética é um ramo da Linguística que se dedica a analisar os sons de modo físico-articulador. Ou seja, ela se preocupa com o movimento dos lábios, a vibração das cordas vocais, a articulação e outros movimentos físicos, mas não tem interesse em saber do conteúdo daquilo que é falado.

A fonética utiliza o Alfabeto Fonético Internacional para representar cada som.

Sintetizando: a fonética estuda o movimento físico (da boca, lábios, língua...) que cada som faz, desconsiderando o significado desses sons.

RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICO

ESTRUTURA LÓGICA DE RELAÇÕES ARBITRÁRIAS ENTRE PESSOAS, LUGARES, OBJETOS OU EVENTOS FICTÍCIOS. DEDUÇÃO DE NOVAS INFORMAÇÕES DAS RELAÇÕES FORNECIDAS E AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES USADAS PARA ESTABELECEER A ESTRUTURA DAQUELAS RELAÇÕES. COMPREENSÃO DO PROCESSO LÓGICO QUE, A PARTIR DE UM CONJUNTO DE HIPÓTESES, CONDUZ, DE FORMA VÁLIDA, A CONCLUSÕES DETERMINADAS. RACIOCÍNIO SEQUENCIAL, FORMAÇÃO DE CONCEITOS E DISCRIMINAÇÃO DE ELEMENTOS

A habilidade de discernir e construir relações lógicas entre entidades diversas é uma competência fundamental no pensamento analítico. Ela permite que um indivíduo percorra informações e estabeleça conexões significativas, mesmo quando os elementos envolvidos são abstratos ou hipotéticos. Ao explorar este domínio, desenvolve-se a capacidade de extrair conclusões válidas e verificar a solidez das premissas subjacentes. Tal habilidade é crucial para a resolução de problemas complexos e para a tomada de decisões informadas em uma variedade de contextos

ESTRUTURAS LÓGICAS

Antes de tudo, é essencial compreender o conceito de proposições. Uma proposição é definida como uma sentença declarativa à qual podemos atribuir um único valor lógico: verdadeiro ou falso, nunca ambos. Em outras palavras, trata-se de uma sentença que pode ser considerada fechada.

Existem diferentes tipos de proposições, sendo as principais:

– **Sentenças abertas:** são sentenças para as quais não é possível atribuir um valor lógico verdadeiro ou falso, e, portanto, não são consideradas frases lógicas.

Exemplos incluem:

Frases interrogativas: “Quando será a prova?”, “Estudou ontem?”, “Fez sol ontem?”.

Frases exclamativas: “Gol!”, “Que maravilhoso!”.

Frases imperativas: “Estude e leia com atenção.”, “Desligue a televisão.”.

Frases sem sentido lógico (expressões vagas, paradoxais, ambíguas, etc.): “Esta frase é falsa.” (expressão paradoxal), “O cachorro do meu vizinho morreu.” (expressão ambígua), “ $2 + 5 + 1$ ”.

– **Sentença fechada:** Uma sentença lógica é aquela que admite um ÚNICO valor lógico, seja ele verdadeiro ou falso.

Proposições simples e compostas

Proposições simples, também conhecidas como atômicas, são aquelas que NÃO contêm nenhuma outra proposição como parte integrante de si mesma. Elas são designadas pelas letras latinas minúsculas p, q, r, s..., sendo chamadas de letras proposicionais.

Por outro lado, proposições compostas, também conhecidas como moleculares ou estruturas lógicas, são formadas pela combinação de duas ou mais proposições simples. Elas são designadas pelas letras latinas maiúsculas P, Q, R, S..., também chamadas de letras proposicionais.

É importante ressaltar que TODAS as proposições compostas são formadas por duas ou mais proposições simples.

Proposições Compostas – Conectivos

As proposições compostas são constituídas por proposições simples conectadas por conectivos, os quais determinam seu valor lógico. Isso pode ser observado na tabela a seguir:

Operação	Conectivo	Estrutura Lógica	Tabela verdade															
Negação	\sim	Não p	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>$\sim p$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> </tr> </table>	p	$\sim p$	V	F	F	V									
p	$\sim p$																	
V	F																	
F	V																	
Conjunção	\wedge	p e q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \wedge q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \wedge q$	V	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	F
p	q	$p \wedge q$																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	F																
F	F	F																
Disjunção Inclusiva	\vee	p ou q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \vee q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \vee q$	V	V	V	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	$p \vee q$																
V	V	V																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Disjunção Exclusiva	$\underline{\vee}$	Ou p ou q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \underline{\vee} q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \underline{\vee} q$	V	V	F	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	$p \underline{\vee} q$																
V	V	F																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Condicional	\rightarrow	Se p então q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \rightarrow q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> </table>	p	q	$p \rightarrow q$	V	V	V	V	F	F	F	V	V	F	F	V
p	q	$p \rightarrow q$																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	V																
F	F	V																
Bicondicional	\leftrightarrow	p se e somente se q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \leftrightarrow q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> </table>	p	q	$p \leftrightarrow q$	V	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	V
p	q	$p \leftrightarrow q$																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	F																
F	F	V																

Em resumo, a tabela verdade das proposições simplifica a resolução de várias questões.

P	Q	$P \wedge Q$	$P \vee Q$	$P \underline{\vee} Q$	$P \rightarrow Q$	$P \leftrightarrow Q$
V	V	V	V	F	V	V
V	F	F	V	V	F	F
F	V	F	V	V	V	F
F	F	F	F	F	V	V

IMPLICAÇÃO LÓGICA

A proposição $P(p,q,r,\dots)$ implica logicamente a proposição $Q(p,q,r,\dots)$ quando Q é verdadeira todas as vezes que P é verdadeira. Representamos a implicação com o símbolo “ \Rightarrow ”, simbolicamente temos:

$$P(p,q,r,\dots) \Rightarrow Q(p,q,r,\dots).$$

ATENÇÃO: Os símbolos “ \rightarrow ” e “ \Rightarrow ” são completamente distintos. O primeiro (“ \rightarrow ”) representa a condicional, que é um conectivo. O segundo (“ \Rightarrow ”) representa a relação de implicação lógica que pode ou não existir entre duas proposições.

Exemplo:

p	q	$p \wedge q$	$p \vee q$	$p \leftrightarrow q$
V	V	V	V	V
V	F	F	V	F
F	V	F	V	F
F	F	F	F	V

Obtém-se:

$$p \wedge q \Rightarrow p \vee q$$

$$p \wedge q \Rightarrow p \leftrightarrow q$$

Observe:

- Toda proposição implica uma Tautologia:

p	$p \vee \sim p$
V	V
F	V

$$p \Rightarrow p \vee \sim p$$

- Somente uma contradição implica uma contradição:

p	$\sim p$	$p \wedge \sim p$	$p \vee \sim p \rightarrow p \wedge \sim p$
V	F	F	F
F	V	F	F

$$p \wedge \sim p \Rightarrow p \vee \sim p \rightarrow p \wedge \sim p$$

Propriedades

• Reflexiva:

$$P(p,q,r,\dots) \Rightarrow P(p,q,r,\dots)$$

- Uma proposição complexa implica ela mesma.

• Transitiva:

- Se $P(p,q,r,\dots) \Rightarrow Q(p,q,r,\dots)$ e

$Q(p,q,r,\dots) \Rightarrow R(p,q,r,\dots)$, então

$P(p,q,r,\dots) \Rightarrow R(p,q,r,\dots)$

- Se $P \Rightarrow Q$ e $Q \Rightarrow R$, então $P \Rightarrow R$

Regras de Inferência

• Inferência é o ato ou processo de derivar conclusões lógicas de proposições conhecidas ou decididamente verdadeiras. Em outras palavras: é a obtenção de novas proposições a partir de proposições verdadeiras já existentes.

Regras de Inferência obtidas da implicação lógica

- Adição:

$$p \Rightarrow p \vee q \quad e \quad q \Rightarrow p \vee q$$

- Simplificação:

$$p \wedge q \Rightarrow q \quad e \quad p \wedge q \Rightarrow p.$$

p	q	$p \wedge q$	$p \vee q$	$p \leftrightarrow q$
V	V	V	V	V
V	F	F	V	F
F	V	F	V	F
F	F	F	F	V

• Silogismo Disjuntivo

$$(p \vee q) \wedge \sim p \Rightarrow q$$

$$(p \vee q) \wedge \sim q \Rightarrow p$$

$(p \vee q), \sim p$	$(p \vee q), \sim q$
q	p

p	q	$p \vee q$	$\sim p$	$(p \vee q) \vee \sim p$
V	V	V	F	F
V	F	V	F	F
F	V	V	V	V
F	F	F	V	F

• Modus Ponens

$$(p \rightarrow q) \wedge p \Rightarrow q$$

$(p \rightarrow q), p$
q

p	q	$p \rightarrow q$	$(p \rightarrow q) \wedge p$
V	V	V	V
V	F	F	F
F	V	V	F
F	F	V	F

• Modus Tollens

$$(p \rightarrow q) \wedge \sim q \Rightarrow \sim p$$

$(p \rightarrow q), \sim q$
$\sim p$

p	q	$p \rightarrow q$	$\sim q$	$(p \rightarrow q) \wedge \sim q$	$\sim p$
V	V	V	F	F	F
V	F	F	V	F	F
F	V	V	F	F	V
F	F	V	V	V	V

Tautologias e Implicação Lógica

• Teorema

$P(p,q,r,\dots) \Rightarrow Q(p,q,r,\dots)$ se e somente se $P(p,q,r,\dots) \rightarrow Q(p,q,r,\dots)$

p	q	$(p \rightarrow q) \wedge p$	$((p \rightarrow q) \wedge p) \rightarrow q$
V	V	V	V
V	F	F	V
F	V	F	V
F	F	F	V

$$(p \rightarrow q) \wedge p \Rightarrow q \quad e \quad ((p \rightarrow q) \wedge p) \rightarrow q$$

Observe que:

→ indica uma operação lógica entre as proposições. Ex.: das proposições p e q, dá-se a nova proposição $p \rightarrow q$.

⇒ indica uma relação. Ex.: estabelece que a condicional $P \rightarrow Q$ é tautológica.

Inferências

• **Regra do Silogismo Hipotético**

$$(p \rightarrow q) \wedge (q \rightarrow r) \Rightarrow p \rightarrow r$$

$p \rightarrow q, q \rightarrow r$
$p \rightarrow r$

Princípio da inconsistência

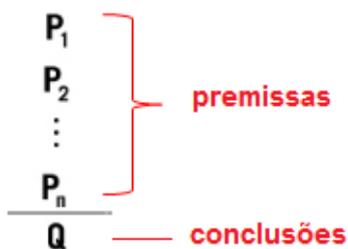
– Como “ $p \wedge \sim p \rightarrow q$ ” é tautológica, subsiste a implicação lógica $p \wedge \sim p \Rightarrow q$

– Assim, de uma contradição $p \wedge \sim p$ se deduz qualquer proposição q.

A proposição “ $(p \leftrightarrow q) \wedge p$ ” implica a proposição “q”, pois a condicional “ $(p \leftrightarrow q) \wedge p \rightarrow q$ ” é tautológica.

LÓGICA DE ARGUMENTAÇÃO

Um argumento refere-se à declaração de que um conjunto de proposições iniciais leva a outra proposição final, que é uma consequência das primeiras. Em outras palavras, um argumento é a relação que conecta um conjunto de proposições, denotadas como P1, P2,... Pn, conhecidas como premissas do argumento, a uma proposição Q, que é chamada de conclusão do argumento.



Exemplo:

P1: Todos os cientistas são loucos.

P2: Martiniano é louco.

Q: Martiniano é um cientista.

O exemplo fornecido pode ser denominado de Silogismo, que é um argumento formado por duas premissas e uma conclusão.

Quando se trata de argumentos lógicos, nosso interesse reside em determinar se eles são válidos ou inválidos. Portanto, vamos entender o que significa um argumento válido e um argumento inválido.

Argumentos Válidos

Um argumento é considerado válido, ou legítimo, quando a conclusão decorre necessariamente das propostas apresentadas.

Exemplo de silogismo:

P1: Todos os homens são pássaros.

P2: Nenhum pássaro é animal.

C: Logo, nenhum homem é animal.

Este exemplo demonstra um argumento logicamente estruturado e, por isso, válido. Entretanto, isso não implica na verdade das premissas ou da conclusão.

Importante enfatizar que a classificação de avaliação de um argumento é a sua estrutura lógica, e não o teor de suas propostas ou conclusões. Se a estrutura for formulada corretamente, o argumento é considerado válido, independentemente da veracidade das propostas ou das conclusões.

Como determinar se um argumento é válido?

A validade de um argumento pode ser verificada por meio de diagramas de Venn, uma ferramenta extremamente útil para essa finalidade, frequentemente usada para analisar a lógica de argumentos. Vamos ilustrar esse método com o exemplo mencionado acima. Ao afirmar na afirmação P1 que “todos os homens são pássaros”, podemos representar esta afirmação da seguinte forma:



Note-se que todos os elementos do conjunto menor (homens) estão contidos no conjunto maior (pássaros), diminuindo que todos os elementos do primeiro grupo pertencem também ao segundo. Esta é a forma padrão de representar graficamente a afirmação “Todo A é B”: dois círculos, com o menor dentro do maior, onde o círculo menor representa o grupo classificado após a expressão “Todo”.

Quanto à afirmação “Nenhum pássaro é animal”, a palavra-chave aqui é “Nenhum”, que transmite a ideia de completa separação entre os dois conjuntos incluídos.



A representação gráfica da afirmação “Nenhum A é B” sempre consistirá em dois conjuntos distintos, sem sobreposição alguma entre eles.

Ao combinar as representações gráficas das duas indicações mencionadas acima e analisá-las, obteremos:

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Atendente

O PAPEL DO(A) ATENDENTE

O(a) atendente desempenha um papel fundamental em qualquer organização que valoriza a qualidade do serviço e a satisfação do cliente. Atuando como a linha de frente no relacionamento com o público, o(a) atendente é muitas vezes a primeira e, em alguns casos, a única interação direta que os clientes têm com a empresa. Por isso, sua função vai muito além de simplesmente responder perguntas ou realizar vendas; o(a) atendente é um embaixador da marca, responsável por criar uma experiência positiva, resolver problemas e garantir que os clientes saiam satisfeitos.

Funções e Responsabilidades do(a) Atendente

O papel do(a) atendente é multifacetado e envolve uma série de funções e responsabilidades que são cruciais para o funcionamento eficiente da empresa e para a manutenção de altos níveis de satisfação do cliente. Algumas das principais responsabilidades incluem:

1. Atendimento ao Cliente:

- O atendimento ao cliente é a função central do(a) atendente. Isso envolve receber clientes, seja presencialmente, por telefone, ou através de canais digitais, como e-mail e chat. O(a) atendente deve ser capaz de ouvir ativamente, compreender as necessidades e preocupações dos clientes, e responder de maneira clara, educada e eficiente. Esse atendimento inclui fornecer informações sobre produtos e serviços, esclarecer dúvidas, e guiar o cliente durante todo o processo de compra ou solicitação de serviço.

2. Resolução de Problemas:

- Uma parte significativa do trabalho do(a) atendente envolve a resolução de problemas que os clientes possam enfrentar. Isso pode variar desde questões simples, como dificuldades para encontrar um produto, até problemas mais complexos, como lidar com uma reclamação ou uma devolução. O(a) atendente deve ser proativo(a) na busca de soluções, garantindo que os problemas sejam resolvidos de forma satisfatória e rápida, minimizando o impacto negativo para o cliente e para a empresa.

3. Processamento de Transações:

- Em muitas situações, o(a) atendente é responsável pelo processamento de transações, como vendas, pagamentos e devoluções. Isso exige atenção aos detalhes, conhecimento dos sistemas de ponto de venda (PDV) ou outras plataformas digitais, e a capacidade de lidar com dinheiro e outras formas de pagamen-

to de maneira segura e precisa. Além disso, o(a) atendente deve garantir que todas as transações sejam registradas corretamente e que os clientes recebam todos os comprovantes necessários.

4. Suporte e Orientação:

- Além de realizar vendas, o(a) atendente muitas vezes atua como um guia para os clientes, ajudando-os a tomar decisões informadas sobre produtos e serviços. Isso envolve conhecer bem o portfólio da empresa, entender as necessidades específicas de cada cliente, e ser capaz de recomendar soluções que atendam a essas necessidades. O suporte pode ser técnico, como ajudar um cliente a configurar um produto, ou mais geral, como oferecer sugestões baseadas em tendências ou preferências.

5. Gestão de Reclamações:

- Lidar com reclamações de clientes é uma parte inevitável do trabalho de um(a) atendente. Quando os clientes expressam insatisfação, é essencial que o(a) atendente permaneça calmo(a), empático(a), e disposto(a) a ouvir e compreender a perspectiva do cliente. O objetivo deve ser sempre transformar uma experiência negativa em uma oportunidade de reforçar a confiança do cliente na empresa, oferecendo soluções justas e satisfatórias.

6. Manutenção da Satisfação do Cliente:

- A satisfação do cliente é o objetivo final de todas as interações que o(a) atendente realiza. Isso exige um compromisso contínuo com a excelência no atendimento, a capacidade de antecipar as necessidades dos clientes, e a disposição para ir além do que é esperado para garantir que cada cliente tenha uma experiência positiva. A satisfação do cliente não só leva à fidelidade, mas também aumenta a probabilidade de recomendações boca a boca e avaliações positivas.

7. Atualização e Capacitação Contínua:

- O mercado está em constante evolução, e os produtos, serviços e tecnologias mudam rapidamente. O(a) atendente precisa estar continuamente atualizado(a) sobre as novidades da empresa, as mudanças nos procedimentos e as melhores práticas de atendimento ao cliente. Participar de treinamentos regulares e buscar aprimoramento pessoal são essenciais para manter a qualidade do atendimento e para garantir que o(a) atendente esteja sempre preparado(a) para lidar com novas situações.

Qualidades e Habilidades Necessárias para um(a) Atendente de Sucesso

Para desempenhar suas funções de maneira eficaz, o(a) atendente precisa desenvolver e cultivar uma série de qualidades e habilidades. Algumas das mais importantes incluem:

1. Comunicação Eficaz:

- A comunicação é a ferramenta mais importante para qualquer atendente. Ser capaz de expressar-se de forma clara e concisa, tanto verbalmente quanto por escrito, é essencial para fornecer informações precisas e evitar mal-entendidos. Além disso, uma boa comunicação envolve a habilidade de escutar ativamente, entendendo não apenas as palavras dos clientes, mas também o tom e o contexto das suas solicitações.

2. Empatia:

- A empatia é a capacidade de colocar-se no lugar do cliente e compreender suas emoções e necessidades. Um(a) atendente empático(a) é capaz de responder de maneira mais humana e compassiva, o que ajuda a construir um relacionamento de confiança e a resolver problemas de forma mais eficaz.

3. Resolução de Problemas:

- A habilidade de resolver problemas rapidamente e de forma criativa é crucial para qualquer atendente. Isso envolve a capacidade de analisar uma situação, identificar as melhores opções de solução e tomar decisões que beneficiem tanto o cliente quanto a empresa. Em muitas situações, isso também significa saber quando escalar um problema para um supervisor ou outro departamento.

4. Paciência:

- Lidar com o público pode ser desafiador, especialmente em situações de alta pressão ou com clientes insatisfeitos. A paciência é uma qualidade essencial que permite ao(a) atendente manter a calma, gerenciar conflitos e fornecer um atendimento consistente, independentemente das circunstâncias.

5. Conhecimento Técnico:

- Dependendo da natureza do produto ou serviço oferecido, o(a) atendente pode precisar de conhecimento técnico para ajudar os clientes. Isso pode variar desde entender como funciona um produto específico até estar familiarizado com sistemas de TI ou plataformas de atendimento ao cliente. O domínio técnico não só melhora a eficácia do atendimento, mas também aumenta a credibilidade do(a) atendente aos olhos dos clientes.

6. Flexibilidade e Adaptabilidade:

- O ambiente de trabalho de um(a) atendente pode ser dinâmico, com situações inesperadas surgindo frequentemente. A capacidade de adaptar-se rapidamente a mudanças, ajustar prioridades e encontrar soluções em tempo real é crucial para o sucesso no atendimento ao cliente.

7. Organização e Gerenciamento de Tempo:

- O(a) atendente frequentemente lida com várias tarefas simultaneamente, desde atender chamadas até processar transações e lidar com questões administrativas. Manter a organização e gerenciar o tempo de forma eficaz são habilidades importantes para garantir que todas as responsabilidades sejam cumpridas com eficiência e que os clientes não fiquem esperando por atendimento.

Desafios do Trabalho de Atendente

Apesar da importância e das recompensas associadas ao papel de um(a) atendente, o trabalho também apresenta uma série de desafios que devem ser gerenciados para manter a eficácia e o bem-estar no ambiente de trabalho:

1. Lidar com Clientes Difíceis:

- Um dos desafios mais comuns enfrentados por atendentes é lidar com clientes difíceis ou insatisfeitos. Isso pode incluir clientes que são exigentes, hostis ou simplesmente frustrados com um problema. Saber como desarmar situações tensas, manter a postura e encontrar soluções que satisfaçam ambas as partes é uma habilidade crítica que muitas vezes se desenvolve com a experiência.

2. Pressão para Manter a Qualidade:

- Em ambientes de atendimento ao cliente, há frequentemente uma pressão constante para manter altos padrões de qualidade, mesmo em períodos de grande volume de atendimento ou quando recursos são limitados. Manter a qualidade do atendimento sob pressão exige resiliência, concentração e um forte compromisso com a excelência.

3. Necessidade de Atualização Contínua:

- Como os produtos, serviços e procedimentos mudam regularmente, o(a) atendente deve estar sempre em processo de aprendizagem. A necessidade de acompanhar essas mudanças e se adaptar rapidamente a novas informações pode ser desafiadora, especialmente em empresas que operam em setores altamente dinâmicos.

4. Gestão de Estresse:

- O trabalho de atendente pode ser estressante, especialmente em dias movimentados ou quando há problemas técnicos e operacionais. Aprender a gerenciar o estresse de maneira eficaz é fundamental para manter o desempenho e o bem-estar mental e emocional no trabalho.

O papel do(a) atendente é crucial para o sucesso de qualquer empresa que valoriza o atendimento ao cliente. Atendentes bem treinados e comprometidos não apenas resolvem problemas e respondem a perguntas, mas também ajudam a construir a reputação da empresa, fidelizar clientes e promover uma imagem positiva da marca.

Embora o trabalho apresente desafios, ele também oferece inúmeras oportunidades para desenvolvimento pessoal e profissional. Com as habilidades certas, como comunicação eficaz, empatia, resolução de problemas e organização, o(a) atendente pode fazer uma diferença significativa na experiência do cliente e, consequentemente, no sucesso da empresa.

Investir no treinamento e no bem-estar dos atendentes é, portanto, uma estratégia essencial para qualquer organização que busca se destacar no mercado e garantir a satisfação de seus clientes.

MARKETING PESSOAL

O marketing pessoal é uma prática estratégica essencial no mundo contemporâneo, onde a imagem, a reputação e a forma como nos apresentamos ao mundo têm um impacto profundo em nossas vidas profissionais e pessoais. Diferente do marketing tradicional, que se concentra em promover produtos ou serviços, o marketing pessoal é a arte de promover a si mesmo, destacando suas habilidades, experiências, valores e a própria personalidade de maneira que se torne reconhecível, confiável e desejável no mercado de trabalho e nas interações sociais. Em uma era onde a competição é intensa e as oportunidades são muitas vezes limitadas, o marketing pessoal não é apenas uma ferramenta, mas uma necessidade para quem busca se destacar e alcançar o sucesso.

A essência do marketing pessoal reside na ideia de que cada pessoa é, em certo sentido, uma marca. Assim como empresas gastam tempo e recursos construindo suas marcas, indivíduos também devem investir no desenvolvimento de suas “marcas pessoais”. Isso envolve uma combinação de autoconhecimento, planejamento estratégico e habilidades de comunicação. O autoconhecimento é o primeiro passo fundamental, pois só podemos promover aquilo que conhecemos profundamente. É crucial que uma pessoa compreenda suas próprias forças e fraquezas, suas paixões e objetivos, e como esses elementos se traduzem em valor no mercado. Esse processo de autoavaliação permite que o indivíduo identifique o que o diferencia dos outros, criando a base para uma proposta de valor única que pode ser comunicada de forma eficaz aos empregadores, colegas e ao público em geral.

O planejamento estratégico no marketing pessoal inclui a definição de metas claras e realistas, tanto a curto quanto a longo prazo. Essas metas devem ser baseadas em uma compreensão sólida do mercado e do ambiente competitivo, bem como das próprias capacidades e limitações. Por exemplo, se o objetivo é ser reconhecido como um especialista em uma determinada área, o indivíduo deve identificar as qualificações necessárias, os passos para adquirir experiência relevante, e as plataformas que podem ser utilizadas para compartilhar esse conhecimento com os outros. Nesse contexto, o networking se torna uma ferramenta poderosa. Construir e manter relacionamentos profissionais é essencial para o sucesso do marketing pessoal. Estar conectado com pessoas influentes, participar de eventos da indústria e colaborar em projetos são maneiras eficazes de expandir a visibilidade e a credibilidade.

A comunicação eficaz é outro pilar do marketing pessoal. Não basta ter habilidades e experiência; é necessário saber como comunicá-las de forma que elas sejam percebidas como valiosas pelos outros. Isso inclui a comunicação verbal e não verbal, escrita e digital. A presença em redes sociais, por exemplo, desempenha um papel crucial na era digital. Plataformas como LinkedIn, Twitter e Instagram oferecem oportunidades únicas para se conectar com um público amplo e diversificado. No entanto, é importante lembrar que cada plataforma tem seu próprio estilo e público, e a forma de comunicação deve ser ajustada para se adequar a cada contexto. O LinkedIn, por exemplo, é mais formal e orientado para negócios, enquanto o Instagram permite uma abordagem mais visual e pessoal. Em ambos os casos, a consistência é fundamental.

Manter uma mensagem clara e consistente em todas as plataformas ajuda a reforçar a imagem de marca pessoal e a construir uma reputação sólida.

A criação de conteúdo relevante e valioso é uma das estratégias mais eficazes para fortalecer o marketing pessoal. Escrever artigos, participar de palestras, gravar vídeos ou criar posts que demonstrem conhecimento e expertise em uma área específica contribui para a construção de autoridade e credibilidade. Esse conteúdo deve ser compartilhado em plataformas apropriadas e direcionado ao público-alvo certo. Por exemplo, um profissional de marketing pode escrever sobre as últimas tendências da indústria em seu blog, compartilhar suas ideias no LinkedIn e participar de webinars como palestrante. Essas ações não só demonstram o conhecimento do indivíduo, mas também mostram que ele está ativo e engajado em sua área de atuação.

A aparência e a postura também são componentes cruciais do marketing pessoal. A forma como nos vestimos e nos apresentamos influencia a percepção que os outros têm de nós. Vestir-se de acordo com o contexto, ter uma postura confiante e uma atitude positiva são aspectos que não podem ser negligenciados. No ambiente profissional, a primeira impressão muitas vezes é decisiva, e a maneira como nos apresentamos pode abrir ou fechar portas. Além disso, a linguagem corporal – como nos movemos, gesticulamos e mantemos contato visual – pode reforçar ou minar a mensagem que estamos tentando comunicar verbalmente.

O marketing pessoal também exige uma gestão cuidadosa da reputação. Na era digital, onde informações podem ser facilmente acessadas e disseminadas, a reputação de uma pessoa é um ativo valioso que deve ser protegido e cultivado. Isso inclui a monitorização de menções em redes sociais, a resposta a feedbacks (positivos e negativos) de maneira profissional, e a manutenção de uma presença online que reflita os valores e a imagem desejada. Qualquer deslize pode ter repercussões significativas, por isso, a autenticidade e a transparência são fundamentais para manter a confiança e a credibilidade.

No entanto, o marketing pessoal não deve ser confundido com autopromoção vazia ou manipulação. O verdadeiro marketing pessoal é construído sobre autenticidade e valor real. Não se trata de criar uma fachada ou de enganar os outros, mas de destacar e comunicar de forma eficaz os verdadeiros talentos, habilidades e experiências que uma pessoa tem a oferecer. Isso exige integridade e um compromisso com a melhoria contínua. O desenvolvimento pessoal e profissional contínuo é parte integrante do marketing pessoal. Aprender novas habilidades, buscar certificações, estar atualizado com as tendências do setor e trabalhar no desenvolvimento de soft skills, como liderança e comunicação, são formas de aumentar o valor que se pode oferecer e, portanto, fortalecer a marca pessoal.

A resiliência e a adaptabilidade são outras qualidades importantes no marketing pessoal. O mercado de trabalho e o ambiente profissional estão em constante mudança, e a capacidade de se adaptar e crescer diante de novos desafios é essencial. Isso significa estar aberto a feedback, aprender com os erros e estar disposto a se reinventar quando necessário. O marketing pessoal é um processo dinâmico e contínuo, que exige flexibilidade e uma abordagem proativa.

O marketing pessoal é uma estratégia poderosa para qualquer pessoa que deseja se destacar e ter sucesso em sua carreira e vida pessoal. É um processo que envolve autoconhecimento, planejamento estratégico, comunicação eficaz, e a construção de uma

reputação sólida e autêntica. Ao investir tempo e esforço no desenvolvimento de uma marca pessoal forte, é possível não apenas alcançar objetivos profissionais e pessoais, mas também influenciar positivamente os outros e deixar um legado duradouro. No ambiente competitivo de hoje, onde a diferenciação é fundamental, o marketing pessoal não é apenas uma vantagem – é uma necessidade.

RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

Para Albuquerque (2012), uma maneira de desenvolver a individualidade de cada ser é aprender a aceitá-los como são, pois assim nos adaptamos a cada um, construindo um comportamento tolerante. Quando estamos dispostos a aceitar as pessoas, consequentemente nos tornamos mais flexíveis e observadores, o que facilita o convívio, o aprendizado, e a capacidade de desenvolver-se, descobrindo valores a partir de fraquezas de outros.

Mesmo sendo impossível agradar a todos o ser humano necessita entender que precisa conviver com as pessoas a sua volta, ninguém consegue viver sozinho, por isso tratar as pessoas bem ou saber lhe dar com a presença de vários a sua volta é o mínimo que se precisa diante de uma sociedade em decorrente ascensão.

De acordo com Chiavenato (2010), o relacionamento interpessoal é uma variável do sistema de administração participativo, que representa o comportamento humano que gera o trabalho em equipe, confiança e participação das pessoas. “As pessoas não atuam isoladamente, mas por meio de interações com outras pessoas para poderem alcançar seus objetivos” (CHIAVENATO, 2010, p. 115).

Manter um bom relacionamento é imprescindível, o sucesso no dia a dia, na convivência com pessoas e também no ambiente profissional depende muito de como você trata as pessoas a sua volta, não se pode escolher com quem trabalhar, ou com quem dividir uma mesa no trabalho, somos “convidados” a lidar com as diferenças em todos os aspectos.

Um relacionamento interpessoal saudável entre o líder e seus liderados facilita no desbloqueio da insegurança que rodeiam os colaboradores no dia a dia, o respeito e admiração trazem harmonia para o ambiente de trabalho.

O aprimoramento deste relacionamento é diário, construído aos poucos e deve ser regado para que futuras frustrações e discórdias no trabalho não venham a aparecer.

Algumas vezes, lidar com as diferenças causa incompatibilidade, desentendimentos, problemas, que devem ser solucionados a partir do bom relacionamento e diálogo entre os colaboradores, pois, “pequenas ações são as sementes dos grandes resultados” (ALBUQUERQUE, 2012, p. 85).

“As relações interpessoais desenvolvem-se em decorrência do processo de interação” (MOSCOVICI, 2011, p. 69). É uma maneira de conhecer mais, aprender com situações diversas no grupo social, vivenciando e trocando informações.

Interagir com o outro ou se comunicar muita das vezes se torna uma tarefa complicada, quando essa prática costuma falhar alguns conflitos surgem e não são fáceis de serem resolvidos. O ser humano é envolvido por sentimentos, sensações e quase nunca pela razão, para se trabalhar em equipe é necessário a flexibilidade e compreensão, afinal realizar tarefas em equipe e estar no meio de pessoas no ambiente de trabalho pode gerar eficiência nas atividades e os objetivos lançados são alcançados com mais facilidade.

“Influenciar pessoas é conseguir colaboração e cooperação. A cooperação vai além do favor, que é uma gentileza espontânea, além da obrigação e do poder de mando” (ALBUQUERQUE, 2012, p. 84). As pessoas se sentem parte do grupo quando podem colaborar.

O trabalho em equipe também é muito característico do relacionamento interpessoal, o indivíduo precisa aprender a trabalhar dentro de uma organização.

Equipe é considerada um “conjunto ou grupo de pessoas com habilidades complementares, comprometidas umas com as outras pela missão comum, objetivos comuns, obtidos pela negociação entre os membros envolvidos em um plano de trabalho bem difundido” (CARVALHO, 2009, p. 94).

As empresas necessitam de funcionários qualificados e com desenvoltura, transformar um grupo em equipe é um grande desafio, os funcionários estão cada dia mais isolados uns dos outros, possuem egoísmo e temem se aproximar demais do outro temendo perder a vaga para um colega da mesma equipe. Gestores estão a procura de pessoas que pensam juntas, desenvolvem juntas e buscam crescimentos visando os lucros da empresa, hoje em dia funcionários estão sendo desligados por falta destas características.

Muitos visam somente o salário no começo do mês ou benefícios que a empresa pode oferecer a ele, é necessário abrir a mente, pensar e agir alto, ter ações que vão deixar a empresa orgulhosa de ter um funcionário que possua os valores da organização, proativo e faz acontecer na área de atuação.

A comunicação é uma poderosa ferramenta capaz transformar situações, resolver conflitos e também esclarecer fatos embaraçosos decorrentes do dia a dia, bem como ser gentil e educado no ambiente de trabalho.

Além de influenciar os outros, uma boa comunicação contribui para a imagem de si mesmo, em um ambiente de trabalho não é diferente, saber conversar com o gestor ou com a equipe de trabalho é necessário, expressar ideias, expor opiniões, concordar com palavras e atitudes que vão levar a empresa a resultados positivos é essencial.

A comunicação é uma “ferramenta muito poderosa para o comando, tanto que é considerada uma das competências essenciais para o êxito profissional. Nos relacionamentos humanos tem seu valor potencializado” (ALBUQUERQUE, 2012, p. 104).

A dificuldade em expressar ideias ou falar em público existe e acompanha diversas pessoas, somente o fato do colaborador saber que precisa apresentar sua proposta em uma reunião ou expor sua opinião em algo importante dentro da organização gera medo e ansiedade. O desenvolvimento pessoal de cada profissional é necessário, aperfeiçoar nas habilidades propostas deixa de lado o fato de não entregar o trabalho ofertado pela empresa.

Um assunto mal falado gera confusão de informações tornando o ambiente de trabalho confuso e tenso, a união do relacionamento interpessoal com uma boa comunicação torna-se eficaz diante de uma organização que necessita de colaboradores fluentes e certos do seu papel no trabalho.

“O desenvolvimento de competência interpessoal exige a aquisição e o aperfeiçoamento de certas habilidades de comunicação para facilidade de compreensão mútua” (MOSCOVICI, 2011, p. 102).

Existem vários elementos primordiais e fundamentais dentro da comunicação e que devemos utilizar em nosso dia a dia.

Elementos - Segundo NASSAR (2005, p. 51), a estrutura comunicacional possui quatro características essenciais. Tais como: Emissor – está ligado a organização é quem inicia a mensagem; Meio ou Canal de transmissão – ligado as ferramentas de comunicação, é o