

**ARTIGO DE  
VERA MARTINS**  
Autora do livro “Seja Assertivo!”,  
7ª edição – Editora Campus

## *Credibilidade: ser e parecer tornou-se questão de sobrevivência*

*Os novos padrões éticos e de comportamentos apontam que a credibilidade só se mantém quando conquistada pela confiança*

A credibilidade sempre foi um atributo essencial nos mais diversos tipos de relacionamentos. Podemos afirmar que uma pessoa é digna de crédito quando ela consegue estabelecer relações interpessoais em que o outro se sente confortável em concordar ou discordar de suas idéias e escolhas. Nos últimos tempos, mais do que nunca, essa qualidade não tem se sustentado quando construído numa comunicação baseada no temor.

No dicionário Aurélio, o significado da palavra é definido como qualidade de ser crível, acreditável. Se voltarmos esse conceito para o mundo corporativo, que exige dos profissionais uma incessante busca por mudanças, observamos novos padrões éticos e de comportamentos que apontam que a credibilidade só se mantém quando conquistada pela confiança. O diálogo autêntico faz parte desse contexto e traduz que essa verdade se aplica às pessoas que se comunicam tal como elas são. Uma pessoa tem credibilidade quando seu interlocutor lhe atribui o conceito de ser e parecer verdadeiro.

Devemos considerar que cada pessoa tem seus traços de personalidade. Existem os extrovertidos, os retraídos, os dinâmicos, os pacatos e por aí vai, porém, independentemente desses atributos, mesmo que uma pessoa queira vender “gato por lebre” no decorrer de um período suas atitudes revelam o verdadeiro caráter. De acordo com o quadrado aristotélico existem quatro tipos de posturas que compreendem comportamentos verdadeiros, mentirosos, secretos ou falsos. Ao traçarmos a combinação entre eles teremos resultados de variáveis positivas ou negativas como ser e parecer ou não ser e não parecer.



Para melhor compreensão considere que SER refere-se aos conhecimentos, habilidades e atitudes pertinentes ao contexto da interação entre duas pessoas. Quando uma pessoa se prepara para uma entrevista de emprego, por exemplo, é correto que sua roupa seja formal e todos os seus argumentos estejam focados em competências profissionais. Caso o compromisso seja numa praia com um grupo de amigos, o comportamento não será considerado pertinente se mantiver o mesmo estilo de roupa e contexto da conversa.

Quando consideramos o PARECER nos referimos à interpretação do SER na percepção do outro. Qual a imagem que você está transmitindo às pessoas? Sua postura inspira confiança? Quanto mais o SER e PARECER estiverem sintonizados e pertinentes ao objetivo da comunicação maior será a credibilidade daquele que transmite a mensagem.

**ARTIGO DE  
VERA MARTINS**  
**Autora do livro “Seja Assertivo!”,  
7ª edição – Editora Campus**

---

### ***Combinação entre as variáveis***

***Ser e não parecer: você é um segredo*** - Muitos profissionais vivem anos a fio trabalhando em empresas ocultos em suas atividades, sem transformar seu real potencial em competências e seu conhecimento tácito em explícito. Não se destacam e não fazem diferença no meio ambiente, limitando seu crescimento pessoal, profissional e, inclusive, financeiro. Guardam seu conhecimento como um SEGREDO, talvez por falta de confiança em si ou, quem sabe, por não conhecerem o próprio potencial.

***Parecer e não ser: você é uma mentira*** - O profissional se encaixa no perfil NÃO SER quando suas competências estão abaixo da expectativa, mas, mesmo assim consegue vender uma imagem melhor do que realmente é. O resultado neste quesito é a MENTIRA. Relações interpessoais estabelecidas de acordo com essa combinação não conseguem sobreviver por muito tempo. São relações breves que vão se deteriorando pela frustração e expectativas não atendidas. Esses profissionais até conseguem emprego “vendendo” um currículo melhor do que realmente são, porém, com o passar do tempo o empregador certamente se decepcionará, pois o resultado do trabalho não atingirá o almejado. O processo de comunicação torna-se difícil e conflitante. O término da relação é inevitável e a conclusão é que “ele parecia competente e, no entanto, mostrou-se diferente do que aparentou inicialmente. Foi uma grande mentira”.

***Não parecer e não ser: você é uma falsidade*** - Existem pessoas que NÃO PARECEM e NÃO SÃO competentes. Enquanto a mentira engana por algum tempo, a FALSIDADE é denunciada imediatamente. Nesse tipo de combinação o bloqueio da comunicação aparece logo nos primeiros contatos, impedindo a continuidade de um relacionamento duradouro. Se analisarmos o mercado de trabalho atual, podemos constatar uma incidência de desempregados que se enquadram nesta combinação. O mercado globalizado exige novas competências dos profissionais e aqueles que não percebem a necessidade de mudar e não reagem na mesma velocidade das mudanças se perdem pelo caminho, despreparados e incompetentes para as novas demandas organizacionais. Sem credibilidade, não convencem e nem persuadem os empregadores. Neste caso, o destino certo é a exclusão.

***Ser e parecer: você é uma verdade*** - Esta é a combinação que resulta na VERDADE. É a mais convincente, pois não só o emissor da mensagem acredita e sabe de suas próprias competências como também é percebido como tal aos olhos do outro. Sua credibilidade é baseada no SER.

### ***Credibilidade e a comunicação assertiva***

Muito provavelmente o significado da palavra “assertiva” é desconhecido da maioria das pessoas. Porém, no dia-a-dia, o excesso ou falta dessa qualidade tem influenciado diretamente os mais variados tipos de relacionamentos, seja pessoal ou profissional. De forma simplificada, uma pessoa é assertiva quando diz “não” quando quer dizer “não” e diz “sim” quando quer dizer “sim”. Este atributo está diretamente ligado ao autoconhecimento.

A relação - credibilidade e comunicação assertiva - se enquadra na combinação SER E PARECER que resulta na VERDADE. Pessoas com esses atributos estimulam uma comunicação transparente, honesta, objetiva e de mão dupla. Elas conseguem estabelecer as duas direções que flexibilizam e dão equilíbrio à sua relação com o outro: influenciar e ser influenciado.

**ARTIGO DE  
VERA MARTINS**  
**Autora do livro “Seja Assertivo!”,  
7ª edição – Editora Campus**

Quem é assertivo tem mais credibilidade, é mais respeitado e tem maiores chances de sucesso em seus empreendimentos. Ela transmite a imagem de pessoa madura e confiante em seu potencial, clara e concisa em suas relações e, além disso, se coloca em condições mais favoráveis para o fortalecimento de diversos outros atributos como:

- Manter relações interpessoais maduras, baseadas no auto-respeito e no respeito aos outros;
- Impor limites às pessoas agressivas que tentam invadir seu espaço;
- Estimular as pessoas passivas que se sentem inseguras ao se posicionar;
- Analisar e resolver problemas, sem necessidade de buscar culpados;
- Expressar seus sentimentos e opiniões de concordância e discordância com tranquilidade;
- Ter a humildade para pedir ajuda;
- Exercer com tranquilidade a autoridade;
- Defender-se contra os excessos de poder;
- Controlar seus medos e aprender a integrar-se ao grupo, sem se deixar manipular ou dominar pelo conformismo da maioria, conservando a riqueza da sua própria individualidade.

Seguramente a comunicação assertiva é uma ferramenta eficaz para promover a qualidade de vida de uma pessoa em todos os âmbitos e garante credibilidade nos diversos papéis que desempenha, seja no ambiente profissional, familiar ou social.

Artigo de VERA MARTINS

## **Vera Martins**

**Fones: (11) 3209.3823 - Celular: (11) 9984.1061**

**E-mail: [veramartins@assertiva.com.br](mailto:veramartins@assertiva.com.br)**

Autora do livro “**Seja Assertivo**”, Editora Campus, 7ª edição.

Mestre em Comunicação e Mercado e pedagoga, é professora universitária e consultora organizacional. É Diretora da Assertiva Consultores, em São Paulo.

- Co-autora do livro “*Comunicação e Mercado – Mestrado na Cásper Líbero: Orientação e Resultado*”, editora Iglu, lançado em dezembro de 2004.
- Autora de artigos publicados em revistas especializadas em comportamento humano e em outras áreas. (Vencer, Central de Negócios, Vidroplano, Supermercado Moderno e Paulus).
- Deu entrevistas para Heródoto Barbeiro, CBN, Programa Jô Soares, TVGlobo, Sem Censura, Leda Nagle, TVE – RJ, Jornal 24 horas, TV Record e ao programa Economia e Negócios, TV Rede Mulher.