

## A LINGUAGEM COMO TRABALHO: RELAÇÕES ENTRE EMPRESAS E CLIENTES<sup>1</sup>

Fátima Cristina da Costa PESSOA (UFPA)<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este trabalho foi produzido no contexto de um projeto de pesquisa que se ocupa das situações de interação situadas em ambientes de trabalho e que entende que as ações de linguagem têm papel fundamental na organização e no funcionamento dos ambientes de trabalho. O recorte analítico nos limites deste trabalho considera práticas discursivas que se estabelecem entre empresas e clientes por meio de revistas mensais, nas quais se oferecem produtos e serviços e se procura atender às necessidades de informação dos interlocutores. O modelo de análise modular do discurso é o instrumental teórico-metodológico que orienta o tratamento dos dados.

**RESUMÉ:** Ce travail s'inscrit dans un projet de recherche qui s'occupe des situations d'interaction survenues des cadres de travail. Le projet part du principe que les actions réalisées par les biais du langage ont un rôle fondamental dans l'organisation et les démarches mises en oeuvre dans les situations de travail. Le corpus consiste à des pratiques discursives mises en place par des entreprises et leurs clients au travers des revues mensuelles dans lesquelles on offre des produits et services et on cherche à répondre aux besoins d'informations des interlocuteurs. Le modèle d'analyse modulaire du discours est l'outil théorique-méthodologique qui oriente le traitement des données.

As situações de interação em ambientes de trabalho também são, atualmente, objeto das pesquisas lingüísticas que adotam a perspectiva discursiva para a compreensão dos fenômenos de linguagem. Esse recorte coloca no centro dos problemas a serem investigados as relações entre a produção das trocas verbais entre sujeitos e o contexto mais amplo de ação social em que estão inseridos os interlocutores.

Filliettaz (2000) considera que a articulação entre as dimensões da ação e da comunicação na análise da organização discursiva permite considerar tanto os processos cognitivos quanto as determinações de ordem social que se impõem em relação à organização dos discursos. Na perspectiva do modelo de análise modular do discurso, desenvolvido por Eddy Roulet, Laurent Filliettaz, Anne Grobet e demais colaboradores, a relação entre a natureza, ao mesmo tempo, cognitiva e social da organização e do funcionamento dos discursos se traduz em termos de aspectos esquemáticos e emergentes da interação. Os primeiros referem-se a representações socialmente construídas a partir da recuperação e da organização de experiências vividas, as quais envolvem a conduta cooperativa verbal e não-verbal dos sujeitos e às quais eles recorrem para a validação de suas condutas e da conduta de seus interlocutores em diferentes situações de interação. Os segundos referem-se à apropriação individual das representações socialmente construídas e à realização das condutas verbais e não-verbais organizadas em uma situação de interação específica, que confirmam ou modificam as formas de organização social da experiência, em um movimento retroativo. A articulação entre esses dois aspectos, portanto, implica sempre uma mútua determinação entre os dois planos.

Bronckart (2006), no quadro do interacionismo sociodiscursivo, também defende a necessidade de se investigar a relação entre as práticas acionais e as formas de regulação de tais práticas pela linguagem, pois por meio desse agir comunicativo é possível construir mundos de conhecimentos que podem se tornar autônomos em relação às circunstâncias individuais da vida. Em seu quadro teórico-metodológico, em primeiro lugar, deve-se considerar “as características do agir coletivo, porque é nesse âmbito que se constroem tanto o conjunto dos fatos sociais quanto as estruturas e os conteúdos do pensamento consciente das pessoas” (BRONCKART, 2006:137). Esse agir coletivo é objeto de avaliações sociais de linguagem que resultam em representações a respeito das propriedades da ação de agentes singulares. A realização da ação se apresenta sob a forma de textos, mobilizando-se, de um lado, os recursos de uma determinada língua natural e, de outro lado, os modelos de organização textual. Nessa perspectiva, então, “os textos podem ser definidos como os correspondentes empíricos/lingüísticos das atividades de linguagem de um grupo, e um

---

<sup>1</sup> Agradeço à diretoria da empresa Fox Vídeo (Belém-PA) por gentilmente fornecer o material publicitário necessário para que os pesquisadores da Universidade Federal do Pará, vinculados ao projeto “O papel da linguagem na troca de saberes sobre as atividades de trabalho: processos de qualificação em contextos profissionais”, possam desenvolver suas atividades de pesquisa.

<sup>2</sup> E-mail para contato – fpessoa@amazon.com.br

texto como o correspondente empírico/lingüístico de uma determinada ação de linguagem” (BRONCKART, 2006: 139).

Tanto no quadro do modelo modular de análise do discurso quanto no quadro do interacionismo sociodiscursivo destacam-se duas questões fundamentais sobre a relação entre as dimensões da ordem do fazer e da ordem do dizer: i) a heterogeneidade semiótica que caracteriza o processo de condução conjunta das ações coletivas; ii) a especificidade de cada uma das dimensões, apesar da estreita relação entre elas. As ações de linguagem não se reduzem à totalidade das condutas finalizadas manifestas nos encontro interindividuais e devem, portanto, ser consideradas como parte de um conjunto heterogêneo de processos de regulação do agir humano.

Considerando-se, pois, as orientações gerais pontuadas acima, as ações do projeto de pesquisa “O papel da linguagem na troca de saberes sobre as atividades de trabalho: processos de qualificação em contextos profissionais” têm como um de seus objetivos compreender as implicações que a realização das ações coletivas impõem à organização discursiva em ambientes de trabalho e também como essa organização discursiva permite que entre os interlocutores se estabeleça a intercompreensão necessária à realização das atividades de trabalho.

Na busca pela articulação das diferentes dimensões – ação e comunicação, o modelo de análise modular do discurso (ROULET, FILLIETTAZ, GROBET, 2001) postula um instrumental metodológico composto por módulos e formas de organização discursiva que seja capaz de integrar as dimensões lingüística, textual e situacional envolvidas na organização dos discursos. Os módulos e as formas de organização discursiva que compõem o modelo oferecem percursos metodológicos que possibilitam considerar, na descrição e na análise da organização e do funcionamento dos discursos, a articulação entre as ações conjuntas dos sujeitos e a negociação dialógica que permite a coordenação dessas ações. Tais procedimentos conduzem à descrição e à análise pontual e detalhada das situações de interação, no caso desta pesquisa, especificamente em ambientes de trabalho.

Os textos que compõem um primeiro conjunto para a análise proposta no projeto são revistas mensais, produzidas por empresas que oferecem bens ou serviços à sociedade consumidora, cujo objetivo, de uma maneira geral, pode ser definido como a possibilidade de estreitar os laços entre as empresas e os clientes. Esse tipo de material midiático tem sido uma prática corrente, em razão da intensa concorrência no mercado de consumo, o que leva as empresas a encontrarem meios não só de captar novos clientes, mas também de manter os clientes que já fizeram a opção pelos produtos ou pelos serviços que a empresa oferece. Nessa interação, os sujeitos responsáveis pela construção dos textos constituem também, discursivamente, a imagem de empresa que está sempre atenta às necessidades de seus clientes, assim como constituem imagens variadas desse cliente que tem da empresa toda atenção. As revistas que compõem o *corpus* inicial da pesquisa fazem parte de um conjunto de dezesseis revistas produzidas por uma empresa locadora de vídeos e DVD, na cidade de Belém (PA), que se dispôs a colaborar com o projeto, disponibilizando seu material de divulgação para ser analisado. Os exemplares da revista que compõem esse primeiro conjunto correspondem ao período de dezembro de 2004 a outubro de 2006. Durante esse período, a publicação teve seu formato modificado duas vezes. Inicialmente denominada de “Guia Foxvídeo”, atualmente é denominada de “Revista Foxvídeo”.

Uma vez que o objetivo da pesquisa é refletir sobre as mútuas determinações entre os planos da ação e da comunicação na organização e no funcionamento discursivos, a análise do material inicia pela descrição do módulo referencial, que se ocupa das relações que o discurso estabelece com a situação em que é produzido e com as situações que ele representa. O módulo referencial considera tanto as ações verbais e não-verbais realizadas pelos interlocutores, durante a interação verbal, quanto os conceitos implicados nessas ações.

Seguindo um dos percursos metodológicos possíveis em uma análise modular do discurso, a primeira tarefa nas considerações sobre os dados de análise é construir a representação praxeológica das ações de linguagem, cuja função é descrever a organização global estável de uma prática social determinada, que em parte orienta a conduta dos sujeitos durante o encontro social, uma vez que permite resgatar, da história interacional dos interlocutores, experiências anteriores responsáveis por definir em que tipo de atividade esses sujeitos estão engajados e que conduta devem eles apresentar. Portanto, a representação praxeológica de uma dada ação de linguagem não tem um viés normativo que pretenda dar conta das ações efetivamente realizadas em uma situação de interação específica. Na verdade, a construção dessas representações são modos de pontuar a ancoragem sócio-histórica dessas atividades, de modo que possam descrever o modo como o conjunto de experiências passadas dos interlocutores conduz as condutas presentes.

Observando, preliminarmente, o conjunto das revistas que compõem o material de análise, pode-se postular que a representação praxeológica que orienta a produção desse tipo de material midiático envolve

ações como a indicação de filmes que são encontrados nas lojas da rede da empresa, o anúncio de produtos e serviços da própria empresa ou de empresas parceiras na produção do material midiático, a disposição de informações sobre o panorama cinematográfico regional, nacional ou internacional, o entretenimento por meio de textos que tratam de curiosidades do mundo do cinema, o registro de marcos históricos relativos à produção cinematográfica no Estado do Pará, entre outras. Essas ações são realizadas por meio dos textos que circulam nas edições mensais da revista e, embora haja textos que realizam, predominantemente, uma das ações acima descritas, a organização discursiva aponta a possibilidade de conjunção de diferentes ações em um mesmo texto.

A título de exemplo, apresentar-se-á uma análise mais detalhada de um dos textos que compõem a edição de dezembro de 2004, conforme a ilustração abaixo:

**Nova Loja**

## Nova Fox Dr. Moraes

### O ponto de encontro da primeira à sétima arte

**A partir de dezembro, a loja sede da Fox Vídeo passa da Benjamin para a Dr. Moraes. Mas não é só isso. A nova Fox vai ser bem maior, trará novos serviços e será um ponto de encontro cultural da cidade.**

O mês de dezembro de 2004 marcará uma data importante para a história da Fox Vídeo, que dará de presente a Belém um novo espaço cultural. Estamos falando da nova sede da rede, um espaço com cerca de 500 m<sup>2</sup>, num conceito de loja inédito na região, agregando novos serviços para serem oferecidos aos nossos clientes.

A nova loja, situada na Trav. Dr. Moraes, 562, entre Mundurucu e Conselheiro, substituirá a loja 4, que, desde 1987, data da fundação da empresa, funcionou na Trav. Benjamin Constant, e que mudará de endereço.

Com muito verde em seus espaços internos e um ambiente inspirado nos grandes estúdios de cinema, num casamento de idéias que une à sétima arte ao verde da Amazônia, a nova loja terá, além da locadora nos moldes que você já conhece, 4 áreas de funcionamento totalmente independentes, mas integradas ao conceito do projeto. Logo na entrada, a livraria oferecerá grande variedade de revistas, best-sellers e outros títulos relacionados ao cinema. Do lado oposto, junto à porta de saída, um espaço especial voltado, principalmente, aos cinefilos e interessados em música. E a revenda de filmes novos, semi-novos e usados, além de clássicos, minisséries, musicais diferenciados, coleções de grandes cheissas e outros produtos pouco encontrados na cidade. Para adotar os paladares, o café e a loja de conveniência proporcionarão o momento de se entregar aos pedidos da quinta seja durante a escolha dos filmes, ou na hora da emergência, quando aquela necessidade de comer surge de maneira inesperada. Desde os imprescindíveis salgadinhos e doces, passando pelas bebidas, chocolates, sorvetes, frios e congelados, pipoca, aperitivos, ou até mesmo uma linha de produtos importados, tudo estará lá, esperando por você.

A outra novidade, que antes mesmo da abertura da loja já está dando o que falar, é o Espaço Cultural, que funcionará como ponto de divulgação da produção cultural de Belém e que tem o objetivo de se tomar parte do cenário local, atraindo todos aqueles que se interessam pelas mais diversas expressões artísticas, como música, artes plásticas, fotografia, cinema, literatura e artesanato. Além de proporcionar uma referência para a divulgação da arte e do artesanato paraenses, estimulando a produção de novos trabalhos e incentivando o consumo dessa produção, vernissages, noites de autógrafos e outros eventos do gênero terão no Espaço Cultural um novo palco, uma nova proposta de realização e o próprio Espaço, por sua vez, será ponto de encontro para se reverenciar o talento regional, bem como comprar presentes criados pelos artistas da terra. Além de tudo isso, uma nova linha de camisetas com a marca Fox Vídeo (Grife Fox), sempre fazendo alusão ao cinema, também será lançada no Espaço. Desenvolver projetos constantes para a apresentação de artistas e seus trabalhos e proporcionar convivência e contato com essas manifestações, além de continuar a oferecer atendimento personalizado, de qualidade e um dos maiores acervos de filmes do Brasil, todos eles originais, continuam a ser o objetivo maior que move a Fox Vídeo, sempre pensando em consolidar seu elo com a cultura e o desenvolvimento de Belém.

Abaixo do título da matéria encontra-se o seguinte texto:

“A partir de dezembro, a loja sede da Fox Vídeo passa da Benjamin para a Dr. Moraes. Mas não é só isso. A nova Fox vai ser bem maior, trará novos serviços e será um ponto de encontro cultural da cidade”.

No texto destacado pode-se perceber a conjunção de duas das ações acima apontadas. Ao mesmo tempo em que, por meio do texto, informa-se sobre a mudança de endereço da loja matriz da empresa, também anunciam-se novos serviços e novos produtos que podem ser consumidos no local. O funcionamento discursivo do conector “mas” pode evidenciar essa conjunção. Por meio de uma estrutura hierárquica composta por duas intervenções, uma subordinada e outra principal, o texto informa que não se trata apenas de uma mudança de endereço, mas uma mudança também no funcionamento da loja. Da mesma forma, a organização discursiva do conjunto do texto revela que não se trata apenas de informar essa mudança, mas de ofertar novos serviços e novos produtos.

No corpo do texto conjugam-se, da mesma forma, passagens em que é apresentado o novo espaço em que a loja passará a funcionar e em que são ofertados os novos serviços e novos produtos aos clientes da empresa.

No parágrafo inicial, a estrutura hierárquica que descreve o processo de negociação instaurado pelo texto aponta essa conjunção, dessa vez por meio de uma relação interativa de comentário entre intervenções e atos, marcada na passagem abaixo:

O mês de dezembro de 2004 marcará uma data importante para a história da Fox Vídeo, que dará de presente a Belém um novo espaço cultural. Estamos falando da nova sede da rede, um espaço com cerca de 500 m<sup>2</sup>, num conceito de loja inédito na região, agregando novos serviços para serem oferecidos aos nossos clientes.

Se, no primeiro trecho apresentado, a relação interativa de contra-argumentação dá destaque justamente ao anúncio dos novos serviços e produtos oferecidos pela empresa, no segundo exemplo, a relação interativa de comentário coloca em segundo plano essa ação e dá destaque, na intervenção principal, à apresentação do novo espaço, considerado um presente ofertado à cidade de Belém.

Esse mesmo movimento discursivo verifica-se no parágrafo em que são apresentados três dos quatro novos ambientes da loja, no trecho que segue:

Com muito verde em seus espaços internos e um ambiente inspirado nos grandes estúdios de cinema, num casamento de idéias que une à sétima arte ao verde da Amazônia, a nova loja terá, além da locadora nos moldes que você já conhece, 4 áreas de funcionamento

totalmente independentes, mas integradas ao conceito do projeto. Logo na entrada, a livraria e revistaria oferecerá grande variedade de revistas, best-sellers e outros títulos relacionados ao cinema. Do lado oposto, junto à porta de saída, um espaço especial voltado, principalmente, aos cinéfilos e interessados em música. É a revenda de filmes novos, seminovos e usados, além de clássicos, minisséries, musicais diferenciados, coleções de grandes cineastas e outros produtos pouco encontrados na cidade. Para adoçar os paladares, o café e a loja de conveniência proporcionarão o momento de se entregar aos pecados da gula, seja durante a escolha dos filmes, ou na hora da emergência, quando aquela necessidade de comer surge de maneira inesperada. Desde os imprescindíveis salgados e doces, passando pelas bebidas, chocolates, sorvetes, frios e congelados, pipoca, aperitivos, ou até mesmo uma linha de produtos importados, tudo estará lá, esperando por você.

Nessa passagem do texto, cada um desses espaços é apresentado detalhadamente, por meio de uma intervenção bastante complexa. O parágrafo é finalizado por meio de um ato resumitivo, que ao dirigir-se diretamente ao leitor, apresenta-se como um apelo ao consumo: “...tudo estará lá, esperando por você”.

Ainda conforme o instrumental teórico-metodológico do modelo de análise modular do discurso, é possível considerar na descrição do módulo referencial, as posições de ação que os sujeitos assumem na interação. As posições de ação indicam o modo como os interlocutores se representam uns aos outros na condução das ações conjuntas em que estão engajados e são formadas por três componentes: o *status* social, o papel praxeológico e a face. No texto que tem servido de objeto para essa análise preliminar, o *status* social do enunciador está relacionado à credibilidade que a empresa tem junto ao mercado consumidor da cidade, garantido ao longo dos seus dezessete anos de funcionamento. Informação, inclusive, apresentada no texto: “A nova loja, situada na Trav. Dr. Moraes, 584, entre Mundurucus e Conselheiro, substituirá a loja 1, que, desde 1987, data da fundação da empresa, funcionou na Trav. Benjamin Constant...”

O *status* social diz respeito aos pré-requisitos que os sujeitos devem satisfazer para legitimar sua participação na interação. Como no texto predominam as marcas de terceira pessoa, é a empresa que se apresenta como a interlocutora do leitor.

É justamente na assunção do papel praxeológico que a tensão entre as duas ações que se realizam na interação se revelam. O papel praxeológico é uma condição circunscrita às atividades que se realizam durante a interação e que se esvanece com o fim do contato entre os interlocutores ou com a mudança para uma outra atividade nos limites do mesmo encontro social. No texto em questão, é a articulação entre dois posicionamentos que se pode verificar: aquele que informa e aquele que vende. Por sua vez, são também dois os posicionamentos que são atribuídos ao interlocutor: o cliente por quem a empresa tem toda deferência e por isso o informa constantemente das mudanças pelas quais a loja passa e o cliente que é convencido a consumir os novos serviços e os novos produtos da loja. Essa tensão entre os dois posicionamentos tem implicações diretas no gerenciamento das faces, componente vinculado à imagem que cada participante da interação procura revelar de si mesmo, na condução da dinâmica interacional. Ao anunciar seus produtos e serviços aos modos de uma notícia, o enunciador protege sua face, pois não se apresenta como aquele que invade o espaço do outro para vender-lhe produtos e/ou serviços, mas para divulgar uma informação que pode atender às necessidades desse consumidor.

Esse trabalho preliminar aponta para as potencialidades do modelo de análise modular do discurso em relação à descrição e à análise da organização e do funcionamento discursivos, mais especificamente em relação aos elos estabelecidos entre a constituição dos textos e as determinações que as condições da situação comunicativa impõe às escolhas dos enunciadores. Na perspectiva de Maingueneau (1989(2005))<sup>3</sup>, trata-se de articular o discurso aos funcionamentos institucionais, que se apresenta como um discurso em ato. Os desdobramentos da pesquisa incluem ainda a investigação a respeito do modo de produção, do modo de difusão e do modo de consumo dos textos veiculados pelas revistas mensais distribuídas por empresas a seus clientes, para desse modo ser possível, conforme as reflexões de Souza-e-Silva (2001) acerca das interações em ambientes de trabalho, questionarmo-nos sobre as formas, as funções e as condições de eficácia dos escritos de trabalho.

---

<sup>3</sup> A notação aqui adotada indica que a primeira data corresponde ao ano de publicação da obra e a segunda data, entre parênteses, refere-se à edição consultada para a realização da pesquisa.

## Referências bibliográficas

BRONCKART, Jean-Paul. *Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2006.

FILLIETTAZ, Laurent. *Actions, activités et discours*. Tese (doutorado) – Université de Genève, Faculté des Lettres, 2000.

MAINGUENEAU, Dominique (1989). *Gênese dos discursos*. Curitiba: Edições Criar, 2005.

ROULET, Eddy; FILLIETTAZ, Laurent; GROBET, Anne. *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt/M., New York, Oxford, Wien: Peter Lang, 2001.

SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Pérez de. Estudos enunciativos: atividades de linguagem em situação de trabalho. In: BRAIT, Beth (Org.). *Estudos enunciativos no Brasil: histórias e perspectivas*. Campinas, SP: Pontes: São Paulo: Fapesp, 2001.