

**A ORALIDADE E INTENCIONALIDADE
NO E-MAIL CORPORATIVO**

Danielle Guglieri Lima (ESAGS)

danielleguglieri@uol.com.br

Mayara Iida do Nascimento (ESAGS)

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Tal investigação é o resultado de um projeto de iniciação científica no curso de Administração de Empresas da Escola Superior de Administração e Gestão, ESAGS - Santo André e surgiu diante de reflexões relativas às propriedades constitutivas da modalidade da língua falada que pudessem permear os textos escritos; bem como a intencionalidade empregada nos e-mails, os quais servem de comunicação interna para a maioria das empresas.

Foram escolhidos textos de uso interno pelo fato de partirmos da seguinte hipótese: se toda a empresa se utiliza de uma linguagem mais “protocolada” na comunicação externa, desta forma, deve, na comunicação interna, usar forma mais “individualizada”, portanto mais informal e carregada de intenções, com a participação efetiva do sujeito que a profere. Tais manifestações comunicativas podem ser explícitas ou veladas e, com isto, possibilitar uma maior incidência de manifestações próprias da fala e graus de intencionalidade, permeando nosso objeto de estudo: o e-mail corporativo.

Este trabalho se constitui por três partes distintas: uma investigação sobre fala e escrita, com base nos estudos de linguística textual; uma investigação sobre a comunicação interna e o estudo do e-mail e, além de um estudo baseado na teoria das organizações, relativos à intencionalidade; bem como o esclarecimento sobre o *corpus* de análise, no qual os nomes e os cargos são fictícios, com o intuito de preservação da empresa e, finalmente, a análise.

FALA E ESCRITA: POSSIBILIDADES DA LÍNGUA

A escrita por muito tempo foi considerada a verdadeira forma de linguagem, sendo a fala julgada como um lugar para o erro, talvez

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

pelo fato de iniciarmos nosso contato com a linguagem, aprendendo primeiro a nos comunicarmos pela fala, para então, na escola, tomarmos o conhecimento da leitura e da escrita.

Se pensarmos que muitas crianças que utilizam a fala de forma satisfatória e não sabem escrever adequadamente, podemos concordar, em partes, com Biber (1988:8), quando diz que se partirmos *de uma perspectiva histórica e da teoria do desenvolvimento, a fala é claramente primária.*

No entanto, sob o ponto de vista da eficácia da comunicação seria norma discordar do autor quanto à questão da fala primária se considerarmos que a escrita possui níveis de produção e a fala também, visto que um livro científico, uma lei ou um bilhete são exemplos claros de textos com níveis e aplicabilidades diferentes, assim como uma conferência falada em um congresso de linguística é diferente de uma conversa de uma mãe com um filho ou uma conversa com amigos no final da tarde.

Para melhor entendimento quanto à questão da utilização da fala e da escrita devemos levar em consideração o seguinte quadro-resumo que diz respeito à produção de cada uma destas modalidades:

Fala	Fala
- Interação face a face	- Interação à distancia (espaço-temporal)
- Planejamento simultâneo ou quase simultâneo à produção	- Planejamento anterior à produção
- Criação coletiva: administrada passo-a-passo	- Criação individual
- Impossibilidade de apagamento	- Possibilidade de revisão
- Sem condições de consulta a outros textos	- Livre consulta
- A reformulação pode ser promovida tanto pelo falante como pelo interlocutor	- A reformulação é promovida apenas pelo escritor
- Acesso imediato às reações do interlocutor	- Sem possibilidade de acesso imediato
- O falante pode processar o texto, redirecionando-o a partir das reações do interlocutor	- O escritor pode processar o texto a partir das possíveis reações do leitor
- O texto mostra todo o seu processo de criação	- O texto tende a esconder o processo de criação, mostrando apenas o resultado.

Fala e Escrita. Fonte: Fávero, Andrade & Aquino (1999, p. 74)

Sabendo da importância de ambas as modalidades, a linguagem falada passou então a ter importância fundamental na análise da comunicação, e dentre muitos fatores que envolvem sua produção e constituem o evento comunicativo, não podemos deixar de indicar: a) o nível de interação entre os indivíduos, b) o assunto sobre o que

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

se fala, c) o nível de afetividade dos falantes, e d) o canal utilizado por eles, de forma que seja possível identificar na linguagem falada os cortes, sobreposições, hesitações e assalto ao turno, dentre outros.

Em contraponto à fala a linguagem escrita não necessita da interação direta entre os interlocutores para se efetuar, no entanto, em seu conteúdo devem estar explícitos fatores que levem à compreensão do sentido pretendido por seu autor por meio dos princípios de textualidade como a coerência, coesão e intencionalidade.

A modalidade escrita da língua surgiu para que a fala não se perdesse na história, pois o homem precisava servir-se de documentos não-percíveis, *que foram adquiridos, quando os seres humanos passaram a criar símbolos para representar e documentar suas ideias.* (Lima, 2008, p. 19)

Diante disso: que a fala precede a escrita e varia tanto quanto ela, de acordo com suas funções e objetivos, serão discutidas a seguir suas modalidades principais.

As propriedades da língua falada: um breve estudo

A fala é a prática de interação mais frequente na sociedade; é imprescindível para a comunicação da maioria dos seres humanos. No entanto o texto falado, ao contrário do que possa se pensar, não é um texto sem planejamento, que flui apenas, mas é um texto que possui características próprias e, principalmente envolvimento dos interlocutores. (Cf. Lima, 2008, p. 31)

Toda a conversação ou pronunciamento de fala acontece em meio a um contexto situacional e depende de uma série de elementos não-linguísticos, tais como olhares, expressões faciais e risos trocados, entre os envolvidos, e linguísticos.

Dos elementos linguísticos destacaremos aqui as quatro propriedades da língua falada: tópico discursivo, turno conversacional, marcadores conversacionais e pares adjacentes.

Tópico Discursivo: um tópico discursivo é um processo que envolve os interlocutores de forma colaborativa na conversação, em que, segundo Jubran, Urbano & Fávero et al (1996, p. 361):

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

Ocorre o intercâmbio verbal, o conhecimento recíproco dos interlocutores, os conhecimentos partilhados entre eles, sua visão de mundo, o background de cada um em relação ao que falam, bem como suas pressuposições.

Pensemos em um diálogo entre pai e filho sobre comprar um carro e imaginemos na diversidade de ideias que poderiam ser conversadas, então, hipoteticamente, poderíamos representar o discurso como:

Supertópico: A compra do carro.

Tópicos: preço, durabilidade e beleza, dentre outros.

Subtópicos: Preço – do carro, do seguro, dos acessórios (que constituiriam o preço final).

Durabilidade – potência, tipo de combustão, certificado de garantia.

Beleza – cor, modelo, acessórios esportivos.

Não devemos esquecer que o tópico discursivo é o assunto sobre o que se fala em determinado momento, e um texto pode ser constituído de vários tópicos, ou seja, de diversos assuntos, e cada tópico pode conter mais de uma ideia, que são os denominados subtópicos. No entanto, a ideia mais geral do todo textual damos o nome de supertópico.

Turno Conversacional: define-se pelo momento em que o falante está com a palavra, incluindo-se o silêncio. Sua principal característica é a alternância de papéis entre falante e ouvinte, ou seja, quando o interlocutor passa de ouvinte para falante iniciando um novo turno.

O turno conversacional é a veiculação de informações, tendo participação no desenvolvimento do tópico discursivo. Ocorre sempre que surge algo de novo na conversação; Estão presentes no turno breves sinais de monitoramento como: *ahn ahn; sei; certo*; etc. (Fávero, Andrade & Aquino, 1999, p. 35)

Galembeck (2007) aborda outra questão – a troca de falantes. Para ele essa troca ocorre de duas maneiras: passagem ou assalto. A passagem se dá quando o falante explicita ou implicitamente termina seu turno com: *né?; não é?; etc., etc.* Buscando mostrar ao ouvinte que já concluiu seu turno. Por assalto, quando o ouvinte interrompe o

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

falante. E pode ocorrer com deixa ou sem deixa. Aquela quando o ouvinte interrompe o falante num momento de hesitação ou pausa, esta quando interrompe de maneira bruta e inesperada.

De acordo com Lima (2008, p. 50)

Podemos dizer, então, que todas as intervenções dos participantes, sejam elas referenciais, informativas ou breves, são entendidas como sinais de acompanhamento do seu interlocutor, constituem estruturas significativas para a organização do texto conversacional e devem ser consideradas constituintes de turno.

Marcadores Conversacionais: são típicos da fala, e auxiliam a construção, coesão e coerência do texto falado. Segundo Urbano (2001, p. 86) são elementos que amarram o texto não só enquanto estrutura verbal cognitiva, mas enquanto estrutura de interação interpessoal, diante disto são denominados *marcadores conversacionais*.

Segundo Fávero, Andrade & Aquino (1999, p. 44) são elementos que podem ser traduzidos tanto pelo falante, como pelo ouvinte, sendo exemplos de marcadores elementos como: *claro, certo, uhn, viu?*

Os marcadores conversacionais têm muita importância, pois evitam que a conversação se torne uma sucessão de monólogos paralelos, assim como ajudam os interlocutores de acordo com suas intenções, buscando construir um evento comunicativo em que a cooperação está implícita, pois é de fato necessária para que o evento se constitua.

Par adjacente: é o elemento básico da interação e segundo Fávero, Andrade & Aquino (*id*) ocorre para organizar localmente a conversação, controlando o encadeamento de ações e, inclusive, podendo constituir-se em elemento introdutor do tópico discursivo.

Podemos indicar os pares: pergunta-resposta, convite-aceitação, saudação-saudação, dentre outros. Par adjacente ou (par conversacional) é uma sequência de dois turnos que co-ocorrem e servem para manter a organização local da conversação, representando muitas vezes, uma co-ocorrência obrigatória, dificilmente adiável ou cancelável, como no caso dos cumprimentos. Para o autor os pares estabelecem a organização sequencial e a pré-sequencial do texto

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

podendo, ainda ocorrer sob forma de sequências inseridas. (Cf. Marcuschi, 2001, p. 35)

Para Lima (2008, p. 55) *a organização sequencial mais comum é do tipo pergunta-resposta* nas quais podem se destacar dois tipos de perguntas: fechadas e abertas. As fechadas requerem uma resposta do tipo sim ou não, enquanto as abertas permitem chamadas informativas, que se realizam através de marcadores como: *quem?, qual? onde?*. Existem ainda ocorrências de outras sequências como, por exemplo, ordem-execução, recusa-cumprimento, justificativa-pedido de desculpas-perdão etc.

Comunicação empresarial interna: uso do e-mail

Para Leonardo Teixeira (2007, p. 7):

No cenário contemporâneo, em que a velocidade de comunicação possibilita trocas comerciais e de informações em âmbito global, torna-se cada vez mais necessário que as empresas e as organizações busquem soluções de comunicação eficientes, a fim de alcançarem positivamente suas metas. Com o objetivo de buscar a eficácia na comunicação das organizações, os profissionais envolvidos precisam dedicar enorme atenção à forma como se expressam, tanto ao falar quanto ao escrever. Não se trata apenas de correção gramatical, mas de uma comunicação com simplicidade, objetividade, clareza e precisão, os elementos que formam a base para o sucesso das trocas de informações e, conseqüentemente, permitem o desenvolvimento igualmente bem-sucedido dos processos naturais ao dia-a-dia profissional.

Dentro deste contexto a comunicação empresarial se divide em comunicação externa e interna, sendo esta, o nosso foco de estudo. Na comunicação interna atuam os colaboradores da empresa como: funcionários, fornecedores e parceiros, que mediante a necessidade de otimizar a comunicação organizacional vêm utilizando o e-mail como sua principal instrumento.

Por ter funções variadas o e-mail pode ser utilizado tanto nas situações mais informais como convidar um colega de trabalho para uma festa (interno e informal), como para fechar um grande negócio com um cliente (externo). Devido a isso, é importante que o profissional saiba utilizar o e-mail, estando atento as suas peculiaridades, visto que embora seja uma forma muito utilizada de comunicação, possui regras próprias, tais como: a presença da cordialidade, o uso

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

da seleção vocabular, aplicação correta de vocativos e formas de tratamento. (cf. Leonardo Teixeira, 2007)

- A cordialidade é uma postura que deve ser sempre utilizada, em todos os âmbitos de nossas vidas, pois ao sermos cordiais os outros também o serão e quando se dirigirem a nós, o farão com respeito.
- A intimidade, por sua vez, é uma postura dispensável ao ambiente empresarial, pois se trata de uma conduta apenas do trato íntimo entre as pessoas, ou seja, para que sejamos íntimos com alguém é necessário que tenhamos algum laço de intimidade com o outro. A intimidade está presente no trato familiar, no trato com pessoas amigas e sempre deve estar fora do ambiente de trabalho.
- A seleção vocabular refere-se às palavras que devem ser utilizadas para compor o texto, são selecionadas palavras técnicas, para isto se usa o conhecimento sobre determinado assunto e o bom senso; no entanto devemos tomar cuidado com o rebuscamento, ou seja, o uso de palavras arcaicas ou muito elaboradas, pois tal procedimento só dificulta a compreensão do leitor, que deve ter acesso a um texto claro, simples, objetivo e bem educado.
- Os vocativos e formas de tratamento, ao contrário do que se possa pensar, ainda fazem parte da nossa língua, e no que se refere ao uso do e-mail corporativo, o seu uso adequado delimitará o grau de profissionalismo e de confiabilidade da empresa.

Não devemos esquecer que um grande vilão na produção de e-mails é a urgência, a qual faz parte de todo e qualquer segmento empresarial e advém da falta de planejamento. Logo, mesmo em situações de urgência, deve-se manter a qualidade da comunicação.

Na internet, circula a “netiqueta”, que constitui um conjunto de normas para o uso do e-mail corporativo, pois sabemos que o e-mail, para atingir a fluência comunicativa, necessita muito mais do que o uso de frases curtas, objetividade, e correção gramatical / discursiva, e a apresentação de uma estética eficaz, e, mediante isto serão apresentadas as normas, consideradas por nós como mais relevantes, baseadas do site <http://www.debian-rs.org/>:

- a. Não grite, ou seja, não use todas as letras em maiúsculo, para destacar algo use asteriscos, aspas simples ou duplas.

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

- b.** No espaço do assunto do e-mail, seja um pouco descritivo, nunca peça ajuda neste momento; escreva algo simples, mas que concentre o que deve ser dito.
- c.** Não use sinais como >><< // ou outros para chamar a atenção para a sua mensagem, isto não funciona.
- d.** Não envie e-mails no formato HTML³⁷, pois este uso triplica o tamanho e aumenta a lentidão na entrega da mensagem.
- e.** Use na assinatura, seu nome, o nome da organização a que você é associado, um ou dois URLs³⁸ e até uma citação filosófica curta.
- f.** Não use gravuras e arte nos seus e-mails a menos que seja um logotipo pequeno da empresa.
- g.** Não use o meio eletrônico para falar mal de alguém, nem para discutir sobre religião ou partidos políticos.
- h.** A postagem de UCEs³⁹ e de spam⁴⁰ é extremamente depreciada.

gal é a média anterior.

³⁹ Segundo Bechara (2000), emprego de fonema em vocábulo para descrever acusticamente um objeto pela ação que exprime.

⁴⁰ IV: informação visual; V: informação não-visual

⁴⁰ A partir dessa citação de *Desonra*, mencionaremos apenas o número da página correspondente, visto que utilizamos a edição Coetzee (2003) referida.

⁴⁰ A partir dessa citação de *A vida dos animais*, mencionaremos apenas o número da página, visto que utilizamos a edição referida em Coetzee (2002).

⁴⁰ *Magazine littéraire: l'existentialisme de Kierkegaard à Saint-Germain-des-Prés*. Nº 320, 20 de abril de 1994.

⁴⁰ Figura 1 e figura 2 – Cf. <http://www.novaoi.com.br>

⁴⁰ Figura 3 – Cf. <http://www.frecuenciaonline.com>

⁴⁰ Figura 4 – Cf. <http://www1.folha.uol.com.br>

⁴⁰ Figura 5 – Cf. www.vivo.com.br

⁴⁰ Figura 6 – Cf. <http://www.janela.com.br>

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

- i.** Evite e-mails longos e/ou chatos com informações teóricas ou técnicas desnecessárias.
- j.** Não deixe de ler antes de enviar tudo o que escreveu.
- k.** Não responda um e-mail para todas as pessoas de uma lista, somente quando for extremamente necessário.
- l.** Não envie mensagens duplas, tome cuidado.
- m.** Evite usar abreviaturas, mas se isto for necessário atenha-se apenas às relacionadas e somente no âmbito interno da empresa:
hj: hoje q: que tb: também vc: você v6 ou vcs: vocês
- n.** Não deixe de usar a acentuação na internet.
- o.** Use o bom senso ao escolher o tema e as palavras usadas em sua comunicação.

A Teoria Organizacional: Pós-Modernismo e a intencionalidade comunicativa.

Sabendo que as novas tecnologias revolucionam o mundo, e principalmente o ambiente institucional, inicialmente propunham, dentro de uma perspectiva funcionalista, ações como: organização sistêmica e decisões reacionais para a resolução de problemas, atualmente, em uma perspectiva pós-moderna, não buscam solucionar, mas criar as possibilidades alternativas que envolvem a solução de problemas de uma instituição.

⁴⁰ Cabe ressaltar o uso do gentílico *carrioca* como nome próprio, nome de uma empresa de publicidade.

⁴⁰ Significa, em português, linguagem de marcação de hipertexto, que é uma linguagem de marcação utilizada para produzir páginas na Web.

⁴⁰ Em português, significa localizador Universal de Recursos. É o endereço de um recurso, por exemplo, um fichário ou uma impressora que está disponível em uma rede qualquer, seja a Internet ou mesmo uma rede corporativa,

⁴⁰ Expressão em inglês que significa e-mail comercial não solicitado.

⁴⁰ Espécie de pasta que isola e-mails que podem estar infectados de vírus ou teve algum tipo de problema durante seu envio.

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

Diante desta abordagem, o pós-modernismo busca trabalhar com descontinuidades, indeterminações e novas possibilidades comportamentais, de forma que são os pequenos atos de um dia, ou de um evento qualquer, que marcam o desenvolvimento da humanidade, não a história institucionalizada ou as ações previstas como corretas e aplicáveis neste ou naquele caso, indicadas pelos aparelhos ideológicos do Estado, tais como: escola, governo, igreja.

Baseados nos estudos relativos às mudanças é que centramos este trabalho, visto o e-mail corporativo ter uma série de regras a serem seguidas, as quais muitas vezes nem são reconhecidas por quem o utiliza. Poderíamos dizer que os usuários não sabem trabalhar com esta ferramenta, mas será que não sabem? Ou será que a intenção de tais usuários é usar tal ferramenta de um jeito próprio?

Se há reciprocidade nas comunicações, poderemos dizer que há também individualidade, identidade e respeito às diferenças sociais e, se há respostas para questionamentos, haverá também efetividade da comunicação.

Ao deixarmos claro que pretendemos verificar se de maneiras diferentes na construção do e-mail, julgamos relevante o estudo da postura das minorias organizacionais, buscando levantar hipóteses, e não determinar soluções acerca dessas escolhas linguísticas.

Quando falamos em pós-modernismo na perspectiva é importante que seja lembrado que aquele surgiu com base também nos estudos da linguística estrutural, postulados por Ferdinand Saussure e Noam, Chomsky, seu discípulo, pois estes acreditavam que a fluência comunicacional, intrínseca a todos os interlocutores de uma língua é controlada, pelo número restrito de possibilidades comunicativas da gramática padrão, outros pesquisadores de uma vertente mais humanistas veem esse controle como uma invasão aos direitos individualizados e à liberdade dos falantes. Segundo Alvesson & Deetz (1999, p. 249), cada pessoa nasce dentro de discursos coerentes, que têm uma presença continuada e material e à medida que a pessoa aprende a falar esses discursos, os utilizam sem a possibilidade de escolha.

É justamente a falta de possibilidades que nos interessa em particular, pois partimos do ponto que a criação de uma primeira

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

comunicação eletrônica carrega sentidos e ideias muito específicas e o que nos importa primeiramente é: Será que as comunicações eletrônicas são naturais? São representadas de forma clara com relação ao que pretendem dizer? Isto se dá naturalmente ou de forma velada? Permanecem fiéis à ideologia do indivíduo que a proferiu? ou será que nestas comunicações há um discurso carregado de manipulação?

Caímos então na questão da intencionalidade, que é um dos princípios de textualidade e está centrado na intenção do locutor ao apresentar um conteúdo aos alocutários, caracterizados como intencionais. Para verificarmos melhor essas incidências discursivas e tomarmos uma posição é necessário que examinemos o corpus de análise, no entanto, queremos deixar claro aqui que não constitui nosso objetivo em intenção em cercar todas as possibilidades de estudo de – e-mail, caso este fosse o nosso propósito, estaríamos, não preocupados com o pós-modernismo dos estudos organizacionais, mas com o funcionalismo, uma teoria enquanto linguística ou organizacional não caberia em nossa análise.

ANÁLISE DO CORPUS: E-MAIL CORPORATIVO

Analisaremos de acordo com as propriedades estudadas três e-mails escritos entre 19 e 20 de junho de 2008 em uma grande empresa no ramo da segurança e serviços gerais na cidade de São Paulo, a qual possui mais de seiscentos funcionários e em torno de quinhentos clientes.

TEXTO 1:

De: Locutor A (suporte pós-venda)
Enviada em: quinta-feira, 19 de junho de 2008 15:29
Para: Locutor B (gerência)
Cc: Locutor C (analista de qualidade)
Assunto: Reclamação do cliente XYZ - Excesso de falta dos funcionários

1. Locutor B
2. Preciso de ajuda. Estamos com um grande problema na XYZ – pelo excesso de falta dos funcionários, bem 3. como alto turnover. A Diretora Operacional do cliente está exigindo uma solução.
4. Estava pensando sobre a viabilidade de se fazer uma pesquisa de clima, ou algo parecido neste posto, para 5. levantar-se dados que sirvam de

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

parametros concretos até para uma eventual negociação com o cliente, de 6.algum incentivo financeiro aos funcionários, se for esta a única solução. Aceito sugestões.

7.Abraços,

8.Locutor A

TEXTO 2:

De: Locutor C (analista de qualidade)

Enviada em: quinta-feira, 19 de junho de 2008 16:04

Para: Locutor A (suporte pós-vendas)

Cc: Locutor B (gerência)

Assunto: Sugestão- Reclamação do cliente XYZ - Excesso de falta dos funcionários

9.Locutor A,

10.Gostaria de dar uma sugestão:

11.Primeiramente você poderia conversar com o nosso operacional e depois com o cliente referente se a escala 12.de trabalho do nossos funcionários para, que possa confrontar e, fazer a análise de eficiência para este 13.posto assim como, no número de funcionários.

14.Você como GC poderia ir lá com um formulário simples que eles não precisem se identificar para que os 15.efetivos pudessem realmente explanar a realidade do porque de tanto "tanto faz" ir ou não trabalhar e, 16.pedir para que eles façam sugestão de melhorias independente de aumento salarial.

17.Por exemplo, o que a empresa poderia fazer por você que não seja ligado diretamente a aumento salarial, 18.às vezes algum deles pode estar passando por algum problema sério e que poderíamos interferir 19.proporcionando aquela sensação de alívio e mão estendida.

20.Locutor C.

TEXTO 3:

De: Locutor B (gerência)

Enviada em: sexta-feira, 20 de junho de 2008 08:16

Para: Locutor D (superintendente)

Cc: Locutor C (analista de qualidade)

Assunto: ENC: Sugestão-Reclamação do cliente XYZ - Excesso de falta dos funcionários

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

21. Locutor D, achei interessante a sugestão do Locutor B. Você concorda que no nosso comitê sobre turnover, 22. tínhamos como prioridades as pesquisas de satisfação dos colaboradores?

23. O que você acha, para ganharmos tempo, e na medida do possível, e ainda pelo grau de importância do 24. cliente, os gerentes de contrato antecipem alguma pesquisa junto a esses colaboradores?

25. Sabemos que isso é de RH, mas ganharíamos um tempo precioso graças a multiplicadores de processo.

26. Locutor B (gerência)

É lícito afirmar, quanto aos e-mails que constituem um diálogo, tido mais próximo da fala quanto da escrita, dada o grau de intimidade e a postura linguística entre os “falantes”. Lembremos que nestes textos não existe a marcação tradicional do travessão, indicativo do discurso direto devido não fazer parte da estrutura do e-mail, no entanto revelam particularidades da língua falada e da postura individual de seus falantes.

Diante disto dispomos, em nosso corpus, de um supertópico, denominando “O problema com a empresa XYZ”, ou seja, é o assunto maior tratado na troca entre os e-mails e, a partir dele, temos T1, indicado nas linhas 2 à 3, quando o locutor A pede ajuda ao Locutor B para sanar os problemas da referida empresa. Ao apresentar uma sugestão, solicitar outras e, finalmente se despedir, temos trabalhado parte de T1, denominado subtópico 1 de T1, que vai da linha 4 à linha 7. No entanto o locutor, embora preocupado em resolver o problema, indica mudanças previsíveis, como realizar uma pesquisa ou dar incentivo em dinheiro aos funcionários, parece-nos que o locutor quer passar o problema adiante e não reflete sobre as reais possibilidades de resolução, isto pode acontecer por dois motivos: ou o locutor quer, com já afirmamos, se livrar logo do problema, ou não sabe por onde começar a resolvê-lo, ou realmente precisa de ajuda.

Outra parte de T1 é desenvolvida e denominada subtópico 2, ou seja, a sugestão do Locutor C, (a quem o e-mail não foi endereçado, apenas anexado com cópia) que se interessa pelo problema de A e realiza diversos apontamentos para melhoria, usando toda a extensão do e-mail. Tais pontos de sugestão são: a) uma conversa com o operacional da empresa que está faltando ao trabalho; b) a análise da escala de trabalho deste operacional; c) propor melhorias não ligadas necessariamente ao aumento de salário, mas tentar o diálogo para a-

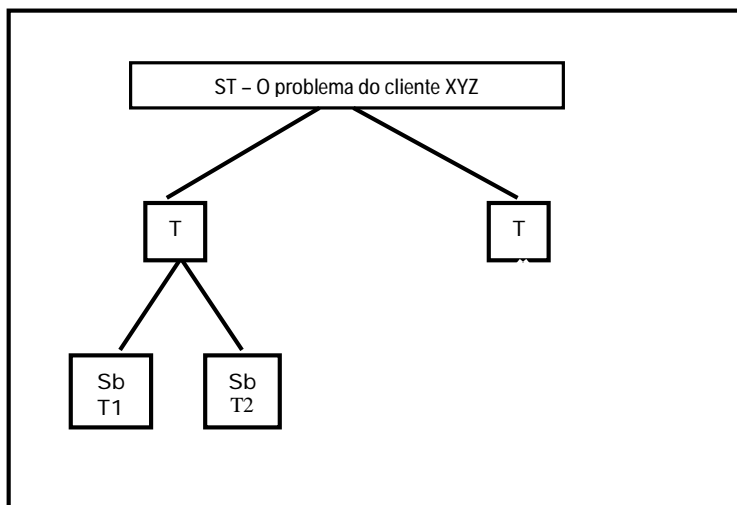
Cadernos do CNLF, Vol. XIII, N° 04

liviar a pressão dos funcionários, de forma que se sintam seguros na empresa.

Da linha 22 à linha 23 há a retirada de T1, apresentando o problema do *alto turnover* e seguido a esta retomada outra parte do assunto vem à tona, o que não caracteriza uma digressão pelo fato de ainda não ter sido falado nisto, nas linhas 23 e 24 em que o Locutor B solicita a seu superintendente uma opinião sobre realizar uma pesquisa com os colaboradores; caracterizando uma parte de T1, conforme já dissemos e passaremos a nomear Sbt2.

Neste terceiro e-mail podemos observar que o locutor B não se comunica com o locutor A, que pediu ajuda, nem com o locutor C, que tentou contribuir para que o problema fosse resolvido, ele simplesmente se reporta ao superintendente que o deixa sem saber o que fazer. Há uma mudança de tópico de T1 para T2, no final do último e-mail quando o locutor B, diz este não ser problema seu e sim do RH, mas que deseja resolvê-lo, nas linhas 25 e 26.

A fim de sermos didáticos, poderíamos ilustrar um esquema explicativo dos tópicos e subtópicos desta conversação:



Em que a legenda é a seguinte:

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

T1 – O pedido de ajuda pelo Locutor A ao Locutor B (Linhas 2-3)

SbT 1 – Sugestão do Locutor A (Linhas 4-7)

SbT 2 – Sugestões do Locutor C (Linhas 9-19)

T 2 – O problema deve ser resolvido pelo RH, sugestão do Locutor B, reportando-se ao locutor D, que não responde nenhum dos e-mails. (Linhas 25-26)

Devido o fato de o corpus ser muito curto, era previsto que houvesse poucos tópicos e que, no caso, que T1 fosse bem desenvolvido pelos locutores, esperávamos também que T2 tivesse igual importância a T1, o que não acontece porque o interlocutor D, não responde ao e-mail do emissor B.

Quanto aos turnos conversacionais presentes no estudo, existem bem definidos três, e estão contidos um em cada e-mail, respectivamente. Não há pela estrutura do texto problemas como assalto ou sobreposição de turnos, todos os turnos têm continuidade, no entanto devemos pensar se a forma que os textos foram escritos revela uma possibilidade de resposta, ao menos no primeiro e-mail, onde há o pedido de ajuda, a intenção do emissor é muito clara: ele aguarda uma resposta eficaz, no segundo e-mail há uma tentativa de ajuda do Locutor C, que não recebe ao menos um agradecimento pela tentativa de ajuda.

Há uma nítida demonstração hierárquica quando o Locutor B se reporta a C e não resolve sozinho o problema, mas até quando será que ele conseguiu esperar uma resolução? Pois, afinal o Locutor A precisava dar uma resposta ao seu cliente. Neste turno fica muito claro que o Locutor D dita as regras e não há uma descentralização de poder, o que gera lentidão e previsão na solução de problemas.

Os pares conversacionais ocorrem, e de forma mais comum, o par Pergunta/Resposta, acontece, no pedido de ajuda do Locutor A (Linha 3) e na resposta do Locutor C, em todo o seu texto, até a linha 19. Neste caso, o Locutor B, para quem o e-mail também foi endereçado, não responde em nenhum momento para A e envia suas ideias apenas a D, o que novamente deixa clara a verticalização do poder e o quanto isto é prejudicial para o tempo das pessoas, bem como para a solução de problemas cotidianos.

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

Na questão dos pares conversacionais percebemos uma lacuna muito grande no que tange a instauração do discurso, pois não há, por parte de um superior a resposta, o que revela, intencionalmente a questão do descaso com um problema, talvez considerado por este superior, pequeno demais para ele se envolver, no entanto, se os funcionário se sentissem seguros para fazê-lo, não teria se reportado ao seu superior.

Há instaurado o par Defesa/Revide, que acontece apenas no que diz respeito à defesa do Funcionário A, o Locutor B, quando nas linhas 25 e 26 deixa claro que está tentando resolver o problema, mas, que o quem deveria tomar reconhecimento do caso é o setor de RH. Neste par há falhas porque não há o suposto revide que deveria vir por parte do e-mail do seu superior, mais uma vez marcando ou o descaso ou o desconhecimento do problema, o que particularmente, não acreditamos.

Os Marcadores conversacionais aparecem muito pouco nos textos, visto que não temos um real diálogo instaurado e, assim como os turnos conversacionais marcados pela mudança no autor do e-mail os turnos também não são tão necessários, no entanto, os marcadores que aparecem merecem ser destacados: primeiramente, que aparece no Texto 2, linha 11, marca o início das afirmações de C, embora no início do e-mail tenha uma sugestão sabe que dará mais de uma e este marcador identifica tal intenção; por exemplo, quando o mesmo locutor tenta ilustrar seu turno, levando seu receptor a dar prioridade ao que vai enumerar; no Texto 3 as linhas 21 e 23 onde temos *concorda?* e *o que acha?* Há dois marcadores que também podem ser vistos como pares conversacionais que não são desenvolvidos pelo interlocutor e ambos fecham o turno conversacional da gerencia, ou seja, o Locutor B.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A estrutura e a intencionalidade da língua falada permeia também e-mails corporativos e se sobressai estruturalmente com relação à escrita, pois no início dos textos de análise temos como assunto, por exemplo, a expressão *excesso de falta de funcionários*, uma redundância, em se tratando da língua escrita padrão, mas que

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

pela fluência da fala, percebemos as intenções do locutor: dizer que os funcionários faltam demais ao trabalho. Outro problema com relação à língua padrão é o uso da acentuação, considerado falho em alguns vocábulos específicos nas linhas 5 e 11, mas que não atrapalha de forma nenhuma a fluência de informações, ou seja, o que é previsto como incorreto, pelo funcionalismo institucional, pela mudança de postura, não prejudica em nenhum momento a efetivação da mensagem.

Ao contrário do que percebemos, mesmo para uma empresa de grande porte, foi usada uma linguagem menos protocolada e, portanto, mais *distensa*, informal e, o que possibilitou incidências relevantes da presença de tópicos discursivos (2) e subtópicos (2), turnos conversacionais(3), marcadores simples, iniciais e finais (4) e, par adjacente completo (1) e incompletos(3).

Acreditamos que se fosse mais fácil ter em mãos um maior número de *corpus* de análise, tornaria maiores as possibilidades de trabalho para o pesquisador, pois neste, não conseguimos perceber de forma clara o uso de um discurso manipulado, mas conseguimos perceber a hierarquia empresarial que não contribui em absolutamente nada para as relações interpessoais da empresa.

Um *corpus* mais volumoso possibilitaria também perceber os reflexos da permeabilidade de um modelo de linguagem no outro, o que é extremamente difícil, pois se avisamos que pegaremos e-mails para estudo, estaríamos, de certa forma, manipulando as informações e para conseguir e-mails naturais, é necessário que pessoas se disponham a ajudar e ainda necessitamos filtrar todas as possibilidades de identificação. Este trabalho é exaustivo ao pesquisador, mas compensador, ainda que, limitado.

Este trabalho, portanto, constitui uma possibilidade de análise ainda pouco estudada pelos pesquisadores da linguagem em sua modalidade falada e merece ainda, muitos outros prismas de investigações, principalmente os que tangem os estudos das diferenças, da teoria e prática, da pesquisa e ação, disponíveis pela abrangência dos estudos pós-modernos da teoria das organizações.

Cadernos do CNLF, Vol. XIII, Nº 04

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVESSON, Mats. & DEETZ, Stanley. Teoria crítica e abordagens pós-modernas para estudos organizacionais. **In:** CLEGG, Stewart, HARDY, Cintia et al. *Handbook de estudos organizacionais*. V. 1. Trad.: Ailton Bonfim Brandão. Edição Brasileira. São Paulo: Atlas. 1999.

FÁVERO, Leonor Lopes, ANDRADE, Maria Lúcia C. V. O. & AQUINO, Zilda G. O. *Oralidade e escrita: perspectivas para o ensino de língua materna*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 1999.

GALENBECK, Paulo de Tarso. O turno conversacional. **In:** PRETI, Dino. *Análise de textos orais*, v. 1. São Paulo: Humanitas, 2001, p. 55-80.

JUBRAN, Célia Cândida, URBANO, Hudinilson & FÁVERO, Leonor Lopes et al. Organização tópica da conversação. **In:** ILARI, Rodolfo (org) *Gramática do português falado*. VII: Níveis de análise linguística. 3ª ed. Campinas: UNICAMP, 1996. Série Pesquisas.

LIMA, Danielle Guglieri. *Oralidade e regionalismo em João Simões Lopes Neto*. Porto Alegre: Tchê/Alcance, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Análise da conversação*. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2001.

TEIXEIRA, Leonardo. *Comunicação na empresa*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

URBANO, Hudnilson. Marcadores conversacionais. **In:** PRETI, Dino. *Análise de textos orais*, v. 1. São Paulo: Humanitas, 2001, p. 81-102.