

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

WILSON BRANCAGLIONI DA SILVA

**PROCESSO DE ENUNCIAÇÃO DO GÊNERO *E-MAIL*
NO CONTEXTO EMPRESARIAL**

**São Paulo
2011**

WILSON BRANCAGLIONI DA SILVA

**PROCESSO DE ENUNCIÇÃO DO GÊNERO E-MAIL NO
CONTEXTO EMPRESARIAL**

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Lato Sensu da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) para obtenção do certificado de Especialista em Língua Portuguesa sob orientação da Professora Dra. Marilena Zanon.

São Paulo
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Silva, Wilson Brancaglioni da.

/Wilson Brancaglioni da Silva – São Paulo, 2010.

65 f. ; 30 cm

Monografia (Pós-Graduação – Especialização em Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica – PUC-SP, 2011.

Bibliografia: f. 64-65

1...

I. Título

CDD
658.4

WILSON BRANCAGLIONI DA SILVA

**PROCESSO DE ENUNCIÇÃO DO GÊNERO *E-MAIL* NO
CONTEXTO EMPRESARIAL**

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Lato Sensu da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) para obtenção do certificado de Especialista em Língua Portuguesa sob orientação da Professora Dra. Marilena Zanon.

Aprovada em de de

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Marileza Zanon – Orientadora

A Deus e aos meus filhos Jéssica e Yuri

Obrigado!

AGRADECIMENTOS

A Deus, fonte de sabedoria, pela força e coragem que nos concedeu, permanecendo ao nosso lado em todo o percurso desta caminhada.

A Prof. Dra Marilena Zanon, pela orientação, pelo carinho, pela compreensão e, principalmente, por me ensinar que sua competência decorre do amor que dedica a seu trabalho.

Aos professores do Curso de Especialização em Língua Portuguesa Lato Sensu que fizeram parte da minha formação.

Aos meus pais Antônio Pereira da Silva e Marlene Brancaglioni da Silva.

Aos anônimos que direta e indiretamente colaboraram para a elaboração desta pesquisa.

Não posso crer que nossa existência não tenha sentido, que seja mero acidente, como nos querem convencer alguns cientistas. A vida e a morte são determinadas demais, por demais implacáveis, para que sejam puramente acidentais. (Chaplin, 1977).

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1 COMO SÃO ARMAZENADOS PELA EMPRESA, OS CONTATOS RECEBIDOS VIA <i>E-MAIL</i>	49
GRÁFICO 3.2 EM QUAL (IS) DIA(S) DA SEMANA, SUA EMPRESA ENVIA <i>E-MAILS</i> ?	49
GRÁFICO 3.3 QUANTOS <i>E-MAILS</i> VOCÊ ENVIA POR DIA?.....	50
GRÁFICO 3.4 QUANTOS <i>E-MAILS</i> VOCÊ RECEBE POR DIA?.....	51

LISTA DE TABELAS

TABELA 3.1 – VANTAGENS E DESVANTAGENS DO USO DO <i>E-MAIL</i>	47
TABELA 3.2 – ESTRUTURA DO <i>E-MAIL</i>	48
TABELA 3.3 – CARACTERÍSTICAS DA FALA E ESCRITA	58

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 2.1 MENSAGEM OUTLOOK 2007.....	35
FIGURA 2.2 PROGRAMA OUTLOOK 2007.....	35
FIGURA 2.3 CARTA COMERCIAL	40
FIGURA 2.4 PROGRAMA OUTLOOK 2007.....	41
FIGURA 2.5 CABEÇALHO PROGRAMA OUTLOOK 2007	43
FIGURA 3.6 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	52
FIGURA 3.7 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	54
FIGURA 3.8 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	55
FIGURA 3.9 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	56
FIGURA 3.10 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	56
FIGURA 3.11 MENSAGEM DE <i>E-MAIL</i>	57

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 NOVOS PARADIGMAS NOS ESTUDOS LINGÜÍSTICOS: UM PERCURSO TEÓRICO	17
1.1 ENUNCIADO E GÊNERO DO DISCURSO	19
1.2 TIPOS DE DISCURSO	22
1.3 DOMÍNIO DISCURSIVO	24
1.4 O SENTIDO DO ENUNCIADO	25
1.5 ESTILO FATOR IMPORTANTE	29
2 GÊNESE DO GÊNERO <i>E-MAIL</i> NO CONTEXTO EMPRESARIAL	32
2.1 <i>E-MAIL</i>	33
2.2 <i>E-MAIL</i> : GÊNERO OU SUPORTE	37
2.3 O DISCURSO EMPRESARIAL	38
2.4 A CARTA COMERCIAL	39
2.5 AS MÁXIMAS CONVERSACIONAIS DE GRICE APLICADAS AOS <i>E-MAILS</i> ...	41
2.6 ELEMENTOS TEXTUAIS DOS <i>E-MAILS</i> , CONTEXTO EMPRESARIAL	42
2.7 ELEMENTOS PARATEXTUAIS DOS <i>E-MAILS</i>	43
2.8 PROCESSO DE ENUNCIAÇÃO	45
3 ANÁLISE DE DADOS DO GÊNERO <i>E-MAIL</i> NO CONTEXTO EMPRESARIAL ...	47
3.1 PROCESSO DE ENUNCIAÇÃO DO GÊNERO <i>E-MAIL</i>	52
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64

INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é o Estudo do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial, a partir de uma perspectiva que concebe a linguagem como ação, constitutiva e constituída pelos aspectos sociais, históricos e cognitivos. De acordo com essa perspectiva o sujeito é interativo, capaz de afetar e ser afetado por, pois as manifestações orais e escritas são observáveis por meio do discurso dentro de escolhas discursivas visando a atender aos propósitos comunicativos pretendidos, considerando a audiência, o conhecimento partilhado entre os interlocutores, bem como do nível de envolvimento entre os participantes do evento comunicativo.

Esse tema é fruto de uma incômoda dúvida na interação verbal. O *e-mail* surgiu, no início da década de setenta, e sua comunicação é rápida, em questão de segundos. O correio eletrônico é o meio de transmissão e o *e-mail* é a mensagem.

O uso do correio eletrônico possibilita o envio de arquivos, anexos, mensagens, entre outras coisas, de forma objetiva e que pode se estabelecer, dialogicamente. Diante da velocidade de comunicação devemos estar atentos ao redigir *e-mails*, pois, a sensação de proximidade que o meio oferece cria a possibilidade de sermos mal interpretados.

Propomos uma reflexão sobre a maneira como o gênero *e-mail* vem sendo usado e nossa pesquisa se resume a responder, a seguinte questão: como se organiza o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial?

Com o advento da era digital surgiu o *e-mail*, precisamente, em 1971, com a possibilidade de transmissão rápida de mensagens, representando um gigantesco avanço, no sistema de comunicação.

A mensagem eletrônica é geralmente produzida pela mesma pessoa que transmite e o receptor é, quase sempre, o destinatário da mensagem, bem como a entrega de mensagens é mediada por um ou vários provedores de internet.

Diante da velocidade de transmissão de mensagens, há a possibilidade de se unir inúmeras comunidades, de modo que cada uma leia e produza mensagens, a qualquer momento, porém, o *e-mail* cria, em seus usuários, a necessidade de respostas imediatas, gerando grande pressão, no leitor.

Outra característica importante refere-se à possibilidade de envio de um mesmo texto para várias pessoas, no entanto, a velocidade empregada pode fazer com que endereços errados sejam escolhidos.

Além dos endereços errados, a velocidade e a falta de experiência com o meio faz com que os usuários enviem mensagens repetidas, em branco, sem os anexos, contendo erros gramaticais, entre outros.

Para definir esse gênero, Paiva (2004) diz que o *e-mail* é

um gênero eletrônico escrito, com características típicas de memorando, bilhete, carta, conversa face a face e telefônica, cuja representação adquire ora a forma de monólogo ora de diálogo e que se distingue de outros tipos de mensagem devido a características bastante peculiares de seu meio de transmissão, em especial a velocidade e a assincronia na comunicação entre usuários de computadores.

Desde os primórdios, o homem necessita interagir e é por meio da linguagem que ele conseguiu conquistar esse objetivo. Com o surgimento da escrita, por volta do século VII A.C, multiplicam-se os gêneros, surgindo os tipos de escrita.

Esta monografia se justifica pela importância de se entender o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial, pois, faz uma análise da linguagem em funcionamento, o que propicia um conhecimento, com relação ao domínio discursivo, em que o gênero está inserido.

Diante do exposto Marcushi (2002), diz:

assumimos a posição de Carolyn Müller (1994:71) que vê no gênero um constituinte específico e importante da estrutura comunicativa da sociedade, de modo a constituir relações de poder bastante marcadas em especial dentro das instituições. O gênero reflete estruturas de autoridade e relações de poder muito claras. Observe-se o caso da vida acadêmica e veja-se quem pode emitir um parecer, dar uma aula, confeccionar uma prova, fazer uma nomeação, defender uma tese de doutorado e assim por diante. Os gêneros são formas de organização social e expressões típicas da vida cultural.(p.3)

O presente trabalho tem por objetivo geral, contribuir com os estudos realizados até hoje sobre o gênero *e-mail*.

São objetivos específicos: 1) examinar o processo do gênero *e-mail*, no contexto empresarial, onde a interação verbal dos indivíduos é realizada por meio de gêneros que organizam a informação em determinada composição e estilo; 2)

identificar elementos que caracterizem o gênero *e-mail*, no contexto empresarial; 3) surgimento de um novo gênero de texto.

Segundo Marcuschi (2002), atualmente, há uma explosão de novos gêneros e outras formas de comunicação, tanto na oralidade, como na escrita, sendo que esses gêneros não são inovações absolutas, porém, criações, a partir de outros existentes.

não só cada gênero está em incessante alteração; também está em contínua mudança seu repertório, pois, à medida que as esferas de atividade se desenvolvem e ficam mais complexas, gêneros desaparecem ou aparecem, gêneros diferenciam-se, gêneros ganham um novo sentido. Com o aparecimento da internet, novos gêneros surgem: o chat, o blog, o e-mail, etc. (FIORIN, 2008, p.65)

Para que a linguagem escrita sirva como instrumento de comunicação, o código utilizado deve ser de conhecimento do receptor e realizar-se, por meio de enunciados, na interação verbal.

De acordo com Bakhtin (2003) “aprender a falar significa aprender a construir enunciados (porque falamos por enunciados e não por orações isoladas e, evidentemente, não por palavras isoladas).”

Tomaremos por base o conceito de enunciação de Martins (1990), bem como conceito de gêneros de alguns autores, a fim de analisar o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial.

Abordar o conceito de enunciação de Martins (1990), a partir da relação interpessoal, que se realiza pela linguagem, torna-se importante, visto que podem proporcionar análises do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial.

De acordo com Martins (1990), quando há manifestação lingüística, por alguém, este assume o papel de eu, numa relação interpessoal, e estabelece, pelo ato mesmo da enunciação, o tu que o pressupõe, nessa relação.

Ao manifestar-se linguisticamente, o locutor se apropria da língua, através das formas com que ela o instrumentaliza para a enunciação, e constrói seu discurso. Só a partir do ato de enunciação podemos falar de sentido que, nessa perspectiva, é um conceito indissociável do conceito de referência. (MARTINS, 1990, p.89)

Diante do exposto, a autora salienta que o locutor, ao construir seu discurso, estabelece uma relação com o outro, em determinado contexto, e que só se concretiza, na medida em que o outro refere, identicamente.

A análise do processo de enunciação do gênero *e-mail* é marcado pelo objetivo comunicativo, pois, segundo Bakhtin (2003), todo enunciado comporta um começo e um fim absoluto.

De acordo com Bakhtin (2003), o locutor conclui seu enunciado para passar a palavra ao outro ou para dar lugar à compreensão responsiva ativa, do outro.

Além do processo de enunciação, Maingueneau (2008) menciona que o meio não é um simples processo de transmissão de discurso, porém, imprime um aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer.

De acordo, ainda, com Maingueneau (2008),

O mídiun não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do mídiun modifica o conjunto de um gênero de discurso.

Marcuschi (2002) menciona que “os gêneros são formas sociais de organização e expressões típicas da vida cultural. Contudo, os gêneros não são categorias taxionômicas para identificar as realidades estanques.”

Para analisar os gêneros praticados nos meios eletrônicos, aqui, no caso *e-mail*, devemos levar em conta as pessoas, suas intenções no momento da produção textual, quais as possibilidades oferecidas pelo programa de computador que usam etc.

Atualmente, o *e-mail* é um dos gêneros textuais mais utilizados, pois, sua comunicação é rápida e prática. Diante da quantidade de seu uso, esse meio de comunicação adquiriu características próprias, para tanto, foram criadas as Netiquetas, que são regras de comportamento na internet.

Apesar do esforço para a criação de um padrão de mensagens eletrônicas, há uma variedade enorme, dentro do gênero *e-mail*. Por exemplo, há um cuidado muito maior, quando encaminhamos um *e-mail* para um superior, no trabalho, do que quando mandamos para um amigo de infância, como define Paiva (2004),

Uma das vantagens do sistema de mensagens em relação à carta é que, em uma mensagem ARPANET (primórdio do e-mail), você poderia escrever concisamente e digitar com imperfeições, mesmo se dirigindo a alguém mais velho ou em posição superior, e até mesmo, para uma pessoa que você não conhece, e o destinatário não vai se sentir ofendido.

A análise do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial, empregará o conceito de enunciação de Martins (1990), bem como conceito de gêneros, de alguns autores, como recurso metodológico.

Diante desse cenário, nosso trabalho terá a seguinte estrutura:

No capítulo I, apresentamos novos paradigmas nos estudos linguísticos: um percurso teórico.

No capítulo II, trazemos gênese do gênero e-mail no contexto empresarial.

No capítulo III, tratamos do análise de dados do gênero e-mail no contexto empresarial.

Encerra-se esta Monografia com as Considerações Finais, retomando os objetivos geral e específicos e também a pesquisa em seu conjunto global, comparando e discutindo os resultados obtidos a partir da verificação do corpus a fim de que possamos nos posicionar frente a questões como natureza genérica, influência das modalidades fala/escrita nesse tipo de manifestação discursiva, além de fatores determinantes do e-mail.

1 NOVOS PARADIGMAS NOS ESTUDOS LINGÜÍSTICOS: UM PERCURSO TEÓRICO

No capítulo que se inicia, faz-se uma abordagem acerca dos estudos de linguagem que priorizavam aspectos referentes à língua, tais como a fonética/fonologia, a morfologia, a sintaxe; as estruturas e as classificações; a sincronia e a diacronia; a semântica, a estilística, a oratória, a filosofia e a literatura.

Bakthin (apud Zanotto: 2005) inaugura uma nova fase dos estudos linguísticos, bem como menciona a falta de estudos sobre o texto e justifica:

a diversidade funcional parece tornar os traços comuns a todos os gêneros do discurso abstrato e inoperantes. Provavelmente seja esta a explicação para que o problema geral dos gêneros do discurso nunca tenha sido colocado. Estudaram-se, mais do que tudo, os gêneros literários. Mas estes, tanto na Antiguidade como na época contemporânea, sempre foram estudados pelo ângulo artístico-literário de sua especificidade, das distinções diferenciais intergenéricas (nos limites da literatura), e não enquanto tipos particulares de enunciados que se diferenciam de outros tipos de enunciados, com os quais contudo têm em comum a natureza verbal (lingüística). (Bakthin, 1992, p.280)

Bakthin (op.cit.) priorizou o estudo do texto, bem como incluiu os textos não-literários, antes textos excluídos, e manifestações orais: “a curta réplica do diálogo cotidiano”.

A linguagem passa a ser concebida como interação social, pois, segundo Bakthin (1999), as relações entre linguagem e sociedade estão ligadas, dialogam entre si e produzem, em cada esfera, formas relativamente estáveis de enunciados, denominados gêneros discursivos.

Nessa perspectiva, a linguagem possibilita a construção social da realidade e a interação entre sujeitos.

De acordo com Zanotto (2005), Bakthin critica o processo de comunicação em que o locutor “envia” uma mensagem para um receptor estático, ou seja, passivo.

na linguística, até agora, persistem funções tais como o “ouvinte” e o “receptor” (os parceiros do “locutor”). Tais funções dão uma imagem totalmente distorcida do processo complexo da comunicação verbal. Nos cursos de linguística geral (até nos cursos sérios como os de Saussure), os estudiosos comprazem-se em reapresentar os dois pólos da comunicação verbal, o locutor e o ouvinte (quem recebe a fala), por meio de um esquema dos processos ativos da fala no locutor e dos processos passivos de percepção e de compreensão da fala no ouvinte. (Bakhtin, 1992, p. 290.)

Para o estudioso russo (op.cit.), o mundo está em movimento e em constante transformação, e não se submete a uma forma fixa e imutável. O funcionamento linguístico é pautado por um processo dialógico, em que locutor e ouvinte são ativos no processo de comunicação, ou seja, o locutor espera uma resposta pronta do ouvinte.

Uma maneira de pensar o dialogismo é sugerida por Martins (1990), em que a comunicação é um processo de alteridade, onde o *eu* se constitui pelo reconhecimento do *tu*, isto é, em que o reconhecimento de si se dá pelo reconhecimento do outro.

Segundo Zanotto (2005), diante da concepção dialógica de funcionamento do discurso sucede que a língua é uma atividade social proveniente de uma enunciação coletiva. O importante, segundo o autor, não é o processo acabado, mas, o de construção, que se desenvolve com os parceiros na ação da linguagem.

Destaca-se, também, o enunciado, pois, trata-se de acontecimento que demanda uma situação histórica, atores sociais identificados com compartilhamento de uma mesma cultura e o estabelecimento de um diálogo.

o sistema da língua dispõe de uma reserva imensa de recursos puramente lingüísticos para expressar formalmente o ato vocativo: recursos lexicais, morfológicos (as flexões correspondentes, os pronomes, as formas pessoais do verbo), sintáticos (os diferentes clichês e as modalidades de orações). Essas formas porém só podem implicar um destinatário real no todo de um enunciado concreto. (BAKTIN, APUD ZANOTTO: 2005, P.326)

Os elementos mencionados convergem para o enunciado. “Todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da língua” (p.279). E “cada esfera da utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso”.

1.1 ENUNCIADO E GÊNERO DO DISCURSO

Segundo Brait (2008), é possível dizer que enunciado equivale à frase ou a sequências frasais, no entanto, para outras teorias, assumem um ponto de vista pragmático. O termo e o conceito por ele gerados são utilizados em oposição à frase, como uma sequência de palavras organizadas segundo a sintaxe e, portanto, passível de ser analisada fora de contexto.

De acordo com Brait (2008), o enunciado é concebido como unidade de comunicação e de significação, necessariamente contextualizado. Uma mesma frase contém um número infinito de enunciados, pois, são únicos e estão dentro de situações e contextos específicos, o que vale ressaltar que a frase ganhará sentido diferente, nessas diferentes realizações enunciativas.

As noções de enunciado têm papel fundamental na concepção de linguagem, pois, ela é concebida, a partir de um ponto de vista histórico, cultural e social, que inclui a comunicação efetiva e os sujeitos e discursos nela envolvidos.

Segundo Bakthin (1992), “a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana”.

De acordo com o autor, cada atividade humana desenvolve seus tipos relativamente estáveis de enunciados, a que Bakthin denomina de gêneros do discurso, que podem ser orais ou escritos, simples ou primários e complexos ou secundários.

Os gêneros primários, resultado de uma comunicação verbal espontânea, fazem parte da vida cotidiana da linguagem, tais como bilhetes, cartas e relatos familiares, entre outros, e se inter-relacionam com os gêneros secundários, que se referem a textos normalmente mediados pela escrita, que fazem parte de um uso mais oficializado da linguagem.

Assim, os gêneros secundários são formados, a partir da re-elaboração dos primários, ou seja, os gêneros secundários absorvem os gêneros primários, fazendo-os perder sua relação imediata com a realidade existente.

A simulação de um diálogo, gênero primário, dentro de um romance, gênero secundário, passa a significar um efeito de sentido de verdade construído pelo enunciador para persuadir o seu enunciatário, perdendo sua relação com a realidade em si, isto é, só se integram à realidade existente, através do romance.

Um gênero não se transforma sozinho, ao longo da história, mas, uns com os outros, daí a idéia de elos de uma cadeia. Cadeia dialógica. Uma rede tecida, não por pontos únicos, mas, fundidos em um nó.

de onde vêm os gêneros? Pois em, simplesmente de outros gêneros. Um novo gênero é sempre a transformação de um ou de vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por combinação. Um texto de hoje (Também isso é um gênero num de seus sentidos) deve tanto à poesia quanto ao romance do século XIX, do mesmo modo que a comédia lacrimejante combinava elementos da comédia e da tragédia do século precedente. Nunca houve literatura sem gêneros: é um sistema em continua transformação e a questão das origens não pode abandonar, historicamente, o terreno dos próprios gêneros: no tempo, nada há de anterior aos gêneros (TODOROV, 1980, p.46).

Segundo Brait (2008), o enunciado se desenvolve no processo de interação social entre os participantes da enunciação e sua forma e conteúdo são delineados pela natureza dessa interação.

assim, a situação extraverbal está longe de ser meramente a causa externa de um enunciado – ela não age sobre o enunciado de fora, como se fosse uma força mecânica. Melhor dizendo, a situação se integra ao enunciado como uma parte constitutiva essencial da estrutura de sua significação. Consequentemente, um enunciado concreto como um todo significativo compreende duas partes: (1) a parte percebida ou realizada em palavras e (2) a parte presumida. [...] A característica distintiva dos enunciados concretos consiste precisamente no fato de que eles estabelecem uma miríade de conexões com o contexto extraverbal da vida, e, uma vez separados deste contexto, perdem quase toda a sua significação – uma pessoa ignorante do contexto pragmático imediato não compreenderá estes enunciados. (BRAIT, 2008, p.67.)

Logo, o enunciado concreto tem vida e se desenvolve no processo de interação social.

o enunciado concreto (e não a abstração lingüística) nasce, vive e morre no processo de interação social entre os participantes da enunciação. Sua forma e significado são determinados basicamente pela forma e caráter desta interação. (BRAIT, 2008, p.68.)

Bakthin (2003) aponta as irregularidades nas funções do ouvinte e do receptor, no processo de comunicação verbal. Ao considerar o todo da comunicação verbal, não se pode atribuir somente ao locutor a responsabilidade nos processos ativos da fala e deixar o ouvinte responsável pelos processos passivos de percepção e de compreensão da fala.

De fato, a linguagem não pode considerar apenas o ponto de vista do locutor, sem uma interrelação com os demais envolvidos na comunicação verbal.

De acordo com Bakthin (2003), desde o início da emissão de um discurso e das primeiras palavras pronunciadas pelo locutor, o ouvinte com ele concorda ou discorda, atitude que mantém durante o processo de escuta. Atitude de compreensão da significação linguística, Bakthin (2003) denomina de responsiva ativa.

Segundo o autor, ainda, todo o enunciado visa à resposta do outro. Os enunciados são oriundos de diferentes sujeitos falantes, em que o outro membro da comunicação verbal é pressuposto, em relação ao locutor, portanto, os enunciados devem ser vistos como respostas a enunciados anteriores, dentro de uma determinada esfera, confirmando-os, negando-os, ou mesmo, contemplando-os.

Um enunciado completo está cheio de ecos e lembranças de outros enunciados, colocando-se numa relação direta com os outros enunciados alheios e com a realidade.

O papel do destinatário é fundamental para a elaboração do enunciado, pois, sua influência pode exercer, no locutor, a busca de procedimentos composicionais e os recursos linguísticos de que necessita para construir o enunciado.

Segundo o Bakthin (2003), é preocupação do locutor, a partir de seu ponto de vista e de seu conhecimento de mundo, presumir a resposta de seu interlocutor, precavendo-se das suas possíveis restrições, bem como considerar o grau de conhecimento da situação, seus preconceitos e opiniões.

1.2 TIPOS DE DISCURSO

De acordo com Bronckart (2009), “Os tipos de discurso são formas de organização lingüística, em número limitado, com os quais são compostos, em diferentes modalidades, todos os gêneros textuais”.

Segundo o autor, um mesmo discurso pode compor numerosos gêneros diferentes. Como exemplo, a narração surge nos gêneros novela, romance e conto policial, entre outros. No entanto, pode aparecer, também, nos gêneros enciclopédia, monografia, monografia científica etc.

Características enunciativas surgem com Bronckart (2009):



Uso



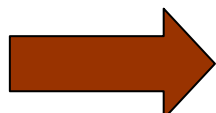
Tipologia que leva em conta as competências sócias cognitivas



Inspirada em BAKTHIN.



Leva em conta a prática social



Grupo social.

O discurso interativo, no entanto, surge como tipo principal, nos gêneros conversação, peça de teatro, entrevista etc., bem como surge, frequentemente, como tipo secundário, nos gêneros romance, novela, conto etc.

Marcuschi (2002) segue a mesma linha de pensamento, no entanto, adota a denominação tipos de texto/tipos textuais e, para ele:

1. [são] construtos teóricos definidos por propriedades lingüísticas intrínsecas;
2. Constituem sequências lingüísticas ou sequências de enunciados no interior dos gêneros e não são textos empíricos;
3. sua nomeação abrange um conjunto limitado de categorias teóricas determinadas por aspectos lexicais, sintáticos, relações lógicas, tempo verbal;
4. designações teóricas dos tipos: narração, argumentação, descrição, injunção e exposição. (MARCUSCHI, 2002, p.23)

Segundo Zanotto (2005), Bronckart denomina tipo de discurso e Marcushi designa de tipos textuais, porém, coincidem com a conceituação, bem como manteremos, neste trabalho, a designação tipos de discurso.

Os tipos de discursos mais comuns, referidos pelos linguistas, são: narração, descrição, injunção, argumentação e exposição.

De acordo com Zanotto (2005), a escola tradicional exige de seus aprendizes que elaborem textos narrativos, descritivos e dissertativos, porém, sabe-se que não há textos puramente narrativos, descritivos etc.

Quando muito, haverá a predominância de segmentos narrativos, descritivos ou outros.

O que definimos como tipos discursivos, alguns autores, segundo Zanotto (2005), denominam sequência tipológica. Para tanto, se pronuncia Meurer (2000, p. 150):

para os objetivos da discussão que segue, é importante distinguir a noção de gênero textual da noção de modalidade retórica. Enquanto os gêneros textuais constituem tipos específicos de textos, as modalidades retóricas constituem as estruturas e as funções textuais tradicionalmente reconhecidas como narrativas, descritivas, argumentativas, procedimentais e exortativas. Por exemplo, uma carta pessoal pode conter trechos narrativos (um histórico do que a pessoa que escreve tem feito recentemente), trechos descritivos (como é o lugar onde a pessoa está morando), trechos procedimentais (instruções para alguém enviar-lhe dinheiro), trechos exortativos (incentivando um irmão, digamos, a uma determinada conduta) e trechos argumentativos (defendendo uma determinada perspectiva ou visão de alguma coisa).

1.3 DOMÍNIO DISCURSIVO

Segundo Zanotto (2005), o domínio discursivo trata do lugar onde os textos ocorrem, ou seja, cada atividade humana produz textos com características peculiares, portanto, são textos que pertencem a um domínio discursivo. Os domínios discursivos ocorrem nas esferas da atividade humana.

usamos a expressão domínio discursivo para designar uma esfera ou instância de produção discursiva ou da atividade humana. Esses domínios não são textos nem discursos, mas propiciam o surgimento de discursos bastante específicos. Do ponto de vista dos domínios, falamos em discurso jurídico, discurso jornalístico, discurso religioso etc., já que as atividades jurídicas, jornalística ou religiosa não abrangem um gênero em particular, mas dão origem a vários deles. Constituem práticas discursivas dentro das quais podemos identificar um conjunto de gêneros textuais que, às vezes, lhe são próprios (em certos casos exclusivos) como prática ou rotinas comunicativas institucionalizadas. (MARCUCSHI, 2002, p. 23-24)

Para Zanotto (2005), os domínios discursivos estão relacionados às atividades humanas, às comunidades discursivas, produtoras e consumidoras de textos e para cada comunidade discursiva produzem-se textos com características comuns, que se diferenciam pela produção, em cada comunidade.

o editorial, a reportagem, a notícia, o classificado, a “coluna”, o artigo, a crônica, o Box, a legenda são gêneros de textos pertencentes ao domínio discursivo jornalístico.

A missa, a homilia, a prédica, o sinal-da-cruz, a confissão, as jaculatórias, o oremos, a benção, o ato de contrição, o creio, a ave-maria, o pai-nosso, o magnificat, o terço são gêneros de textos inseridos no domínio discursivo religioso.

A tese, a defesa de tese, a dissertação, o ensaio, o artigo (acadêmico, científico, de revisão, de pesquisa), a monografia, a resenha, o abstract, o resumo, a aula, a prova escrita, a prova oral, o projeto de pesquisa, o relatório de pesquisa, o diploma são gêneros próprios do domínio discursivo acadêmico.

A carta comercial, o memorando, o e-mail, o relatório, o balanço, o balancete, a nota fiscal, a lista de preços, a fatura, a duplicata, o borderô são gêneros de texto que fazem parte do domínio discursivo empresarial. (ZANOTTO, 2005, p. 52)

De acordo com Bakhtin (2003), a questão da diversidade e da heterogeneidade dos gêneros existentes por conta da diversidade da vida social é fundamental, pois, conhecer um gênero é conhecer suas condições de uso, sua pertinência e sua adequação ao contexto de produção.

A escolha de uma pessoa por um determinado gênero realiza-se em função do contexto de comunicação, bem como da finalidade do produtor, da adequação ao lugar de circulação e ao portador e do destinatário do discurso.

Para o teórico russo, a diversidade dos gêneros é uma realidade. Conhecer e dominar todos os gêneros existentes na sociedade é impossível, pois, há um número quase ilimitado, além de eles variarem, em função da época, das culturas e finalidades sociais.

Em função disso, conhecemos os gêneros, em diferentes graus, e dominamos, de diferentes formas, apenas alguns, aqueles que circulam nas esferas sociais, das quais participamos, nas mais diferentes circunstâncias.

Segundo Bakhtin (2003), em determinado momento histórico da sociedade, os gêneros disponíveis constituem-se como modelos de referência ou modelos de escritura.

Em outro momento, evoluem, desenvolvem-se, surgem novos, desaparecem outros, em função de novas demandas sociais. O autor afirma, ainda, que:

“se não existissem os gêneros do discurso (oral ou escrito) e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados (textos), a comunicação verbal seria quase impossível.” (BAKHTIN, 2003, p. 281-282)

1.4 O SENTIDO DO ENUNCIADO

Segundo Leta (2000), quando analisamos, linguisticamente, o enunciado, deixamos de lado sua importância dialógica, a relação entre enunciado e a realidade, o enunciado e o autor.

De acordo com a autora, o enunciado é a relação existente entre os componentes da língua, tais como: fonemas, morfemas, lexemas, orações etc. A relação dialógica é uma relação de sentido, pois, se estabelece entre enunciados, na comunicação verbal.

Se anulássemos a pluralidade das vozes, ou seja, a alternância dos sujeitos falantes, o sentido desapareceria. “O pensamento que, como peixe dentro do aquário, toca o fundo e as paredes, e não pode ir mais longe nem mais fundo” (BAKTHIN, 2003, p. 405).

Segundo Leta (2000), Bakthin distingue, no todo do enunciado, sentido de significação, porém, ressalta que não existe sem o outro e que é impossível limitar o sentido de um enunciado, da sua significação.

De acordo com a autora, ainda, o sentido refere-se a valores vivos, tais como a verdade e a beleza, entre outros, bem como está impregnado de juízo de valor, enquanto a significação do enunciado destaca-se pelos elementos que são reiteráveis, convencionais, que não têm vida independente.

A significação “é apenas um potencial, uma possibilidade de significar no interior de um tema concreto” (BAKTHIN, 2003, p.131).

A compreensão é ativa, ou seja, responsiva e é sempre dialógica, pois, implica uma resposta. A significação funciona como uma junção entre os interlocutores, a significação “é como uma faísca elétrica que só se produz quando há contato dos dois pólos opostos. (...) Só a corrente da comunicação verbal fornece à palavra a luz da sua significação” (BAKTHIN, 2003, p. 132).

Essa atitude responsiva pressupõe que toda compreensão do receptor é passível de resposta, o que acaba alargando seu horizonte e o transforma também em locutor. A relação entre locutor e ouvinte se amplia, ainda, pelo fato de que o locutor, ao levar em conta a compreensão ativa, presume a resposta do ouvinte, de modo pluridimensional:

...enquanto falo, sempre levo em conta o fundo aperceptivo sobre o qual minha fala será recebida pelo destinatário: o grau de informação que ele tem da situação, seus conhecimentos especializados na área de determinada comunicação cultural, suas opiniões e suas convicções, seus preconceitos (de meu ponto de vista), suas simpatias e antipatias, etc; pois é isso que condicionará sua compreensão responsiva de meu enunciado. (BAKTHIN, 2003, p. 321).

A primeira característica do enunciado é a alternância dos sujeitos falantes “todo enunciado comporta um começo absoluto e um fim absoluto: antes de seu início, há os enunciados dos outros, depois de seu fim, há os enunciados-respostas dos outros” (BAKTHIN, 2003, p.294). Segundo Bakthin (2003), o enunciado é estritamente delimitado por essa alternância de sujeitos falantes, isto é, ele pressupõe sempre a transferência da palavra para o outro.

Segundo Bakthin, além da alternância dos falantes, há o acabamento específico, ou seja, para ser um enunciado, não basta ser compreensível, é necessário um acabamento que torne possível uma reação.

A totalidade acabada do enunciado é determinada por três fatores que definem a composição de um gênero do discurso:

- conteúdo temático
- o estilo
- forma composicional

Destaca-se, ainda, o que Bakthin chama de tato, ou seja, conjunto de códigos que articulam a interação discursiva. A relação entre os interlocutores é determinada pelas relações sociais em que estão envolvidos, suas ideologias e pelas situações concretas do diálogo.

Conforme Lena (2000), a consequência do tato é a entonação, que é o limite entre o verbal e o não-verbal, ou seja, o dito e o presumido, o dito e o não-dito, que constitui a junção entre o locutor e o ouvinte.

Segundo Bakthin (2003, p.15):

entonação expressiva, a modalidade apreciativa sem a qual não haveria enunciação, o conteúdo ideológico, o relacionamento com uma situação social determinada, afetam a significação. O valor novo do signo, relativamente a um “tema” sempre novo, é a única realidade para o ouvinte. Só a dialética pode resolver a contradição aparente entre a unidade e a pluralidade da significação.

De acordo com Bakthin (2003), a significação e o sentido produzido na língua, pelo uso, há uma relação lógica entre linguagem e mundo, e a voz tem papel fundamental, ocupando espaço significativo, na expressão da alma humana.

A fala, portanto, é o meio pelo qual o sujeito expressa parte do pensamento que externa de forma natural, e a articulação da fala possibilita, por meio do mecanismo da voz, superar limites e identificar o perfil do sujeito falante, conjuntamente com a expressão facial, a entonação e o tom.

Conforme argumenta Bakthin (2003), o sistema de voz, fala e linguagem, são inseparáveis para o fluxo da comunicação verbal, assim sendo, ele não é um produto acabado, porém, uma construção contínua, na corrente da comunicação verbal.

Para esse autor, não há um padrão comunicacional que desconsidere as relações sociais, ou seja, a interação verbal se dá, não apenas pelas situações face a face, mas, pelas situações enunciativas, processos dialógicos, ao gênero discursivo e à dimensão estilística dos gêneros. A interação revela, pela entonação da voz, a posição cultural de cada sujeito.

Afirma Bakthin (2006, p. 70):

[...] a unicidade do meio social e a do contexto social imediato são condições absolutamente indispensáveis para que o complexo físico-psíquico-fisiológico [...] possa ser vinculado à língua, a fala, possa tornar-se um fato de linguagem.

Bakthin (1999) menciona que, em um processo de diálogo, as palavras usadas no discurso não possuem apenas significação e sentido, possuem, também, um acento de valor ou apreciativo, que está relacionado com a situação de interação verbal, denominada entonação.

A expressividade do locutor, diante do enunciado e de seu objeto, é estabelecida somente por ele, pois, depende de um juízo de valor a respeito da realidade, mediante um enunciado concreto. Sem o acento de valor, não há palavra ou enunciados, pois, a enunciação compreende uma orientação apreciativa, ou seja, a entonação.

toda palavra usada na fala real possui não apenas tema e significação no sentido objeto, de conteúdo, desses termos, mas também um acento de valor ou apreciativo, isto é, quando um conteúdo é expresso (dito ou escrito) pela fala viva, ele é sempre acompanhado por um acento apreciativo determinado. Sem acento apreciativo não há palavra (BAKTHIN, 1999, p.132).

Complementa Bakthim (1999), que “as palavras não são de ninguém e ano comportam um juízo de valor. Estão a serviço de qualquer locutor e de qualquer juízo de valor, que podem mesmo ser totalmente diferentes, até mesmo contrários” (p.309).

De acordo, ainda, com o autor, a entonação serve para demonstrar que a estrutura formal da fala/escritura depende da relação do enunciado com o conjunto de valores pressupostos no meio social, onde o discurso ocorre, pois, a entonação é a junção entre o discurso verbal produzido pelos autores/escritores e o contexto verbal, do qual faziam parte.

1.5 ESTILO FATOR IMPORTANTE

De acordo com Bakthim (2003), o elemento estilo assume papel importante para a atividade linguagem, pois, “todo estilo está indissolivelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, aos gêneros do discurso” (BAKTHIM, 2003, p. 265), bem como o estilo deve ser entendido como elemento de gênero.

O referido autor destaca o elemento estilo, sob duas vertentes: uma voltada para a individualidade do sujeito, estilo individual, e outro para as práticas de linguagem.

O estilo individual é o resultado das escolhas do sujeito na dinâmica discursiva, no entanto, Bakthin (2003) destaca que nem todos os gêneros são propícios a refletir a individualidade do locutor, na linguagem do enunciado.

De acordo com Bakthim (2003), dependendo do gênero utilizado pela situação comunicativa, pode-se revelar o perfil daquele que enuncia. O estilo é o resultante das escolhas individuais, bem como pela coletividade, portanto, a ação comunicativa se dá, a partir da tensão das duas escolhas.

Alinhado a essa perspectiva, Volochinov (1981) apresenta a seguinte definição para estilo:

[...] o estilo é o homem; mas podemos dizer que o estilo é, pelo menos, dois homens, ou mais exatamente, um homem e um grupo social representado pelo ouvinte que participa permanentemente no discurso interior e exterior do homem e encarna a autoridade que o grupo social exerce sobre ele (RIBEIRO apud VOLOCHINOV, 1981, p.212)

Segundo Ribeiro apud Volochinov (1981), o papel do dialogismo, na configuração do estilo, assume uma posição de destaque, nas instâncias sociais, na relação do homem consigo próprio, do homem com outro homem e do homem com o grupo social.

Segundo Bakthin (2003), é possível verificar dois meios para se investigar a questão estilística. Um, que adota o estilo, como as escolhas lexicais, gramaticais e fraseológicas, e o outro, as formas de citação dos discursos alheios são pontos fundamentais do estilo.

De acordo com Maciel (2008), o estilo tradicional recebe, pelos integrantes do Círculo de Bakthin, tratamento diferenciado, pois, o estilo é algo individual, porém, que depende da esfera social da comunicação.

Segundo o mesmo autor, o estilo pode ser apreciado por meio de duas perspectivas: do ponto de vista do gênero e do ponto de vista do indivíduo.

Para Bakthin (2003, p. 265) “Todo enunciado (...) é individual e por isso pode refletir a individualidade do falante (ou de quem escreve), isto é, pode ter estilo individual.”.

Destaca Bakthin (2003, p. 265) “nem todos os gêneros são igualmente propícios a tal reflexo da individualidade do falante, na linguagem do enunciado, ou seja, ao estilo individual”.

Conforme menciona Maciel (2008), os estilos individual e do gênero necessitam ser investigados, por meio da perspectiva dialógica, pois, falar em estilo do gênero só é viável porque há outros enunciados, que apresentam escolhas estilísticas que definem esse gênero.

O estilo individual também está condicionado pelo dialogismo, por meio das preferências linguísticas, lexicais, fraseológicas e gramaticais, ou em termos das formas de citação do discurso de outrem.

citar o discurso de outrem já é estar no dialogismo, e as escolhas individuais, além de serem efetuadas no interior de um gênero (necessariamente dialógico), sempre se voltam aos enunciados, precedentes e futuros, a quem se dirigem. As escolhas estilísticas naturalmente dependem do outro. (MACIEL, 2008, p. 20)

De acordo com Brait (2003), instaura-se uma perspectiva estilística inovadora, em que a questão do estilo deixa de ser tratada, na sua individualidade, e passa a implicar interação, o que vem ao encontro da concepção dialógica da linguagem proposta por Bakhtim.

Procurou-se mostrar a partir das discussões teóricas acima que os gêneros textuais emergentes necessitam de interação, o que faz que o texto produzido tenha uma linguagem dependente de inúmeros fatores. No capítulo seguinte discutiremos o gênero *e-mail* no contexto empresarial.

2 GÊNESE DO GÊNERO *E-MAIL* NO CONTEXTO EMPRESARIAL

“do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler. Elas colocam em jogo a relação entre o corpo e o livro, os possíveis usos da escrita e as categorias intelectuais que asseguram sua compreensão” (CHARTER, 1999, p. 77)

Segundo Olson (1997), os gregos, por meio da evolução cultural, desenvolveram o alfabeto. O homem, por meio da cultura oral, transmitia o conhecimento mediado pela interação e troca de experiências entre as pessoas.

Com o surgimento da escrita, “o discurso se torna mais dependente de uma gramática, pois os significados do escrito irão emergir de uma estrutura linguística anterior à sua produção.” (BERNARDES e VIEIRA, 2001, p.2).

As palavras, antes pronunciadas e ouvidas, passaram a ser escritas e vistas como símbolos a serem decodificados pelo leitor. A tecnologia da escrita possibilitou mudanças profundas nas práticas socioculturais do ocidente, assumindo posto antes ocupado pela oralidade.

No decurso do século XV, Gutemberg desenvolveu, por meio de técnicas baseadas nos tipos móveis e na prensa, uma nova relação texto/livro, em grande escala.

A diminuição do custo do livro e a redução do tempo para sua reprodução possibilitaram a expansão do mercado livreiro e a pulverização do saber, pois, a impressão em grande escala disseminou o conhecimento, antes inacessível às grandes massas.

Entre os séculos XVII e XIX, o livro foi considerado instrumento de libertação do homem, provocando mudanças profundas nas práticas de leitura, na Europa Ocidental.

De acordo com Frago (1999), estamos vivenciando uma cultura pós-tipográfica, que é estimulada e dependente do conhecimento dos usos da escrita.

Durante 500 anos de domínio do livro impresso presenciamos a evolução da tecnologia, como o telefone, o rádio, a televisão e o computador, sendo que o último se legitimou como a transformação, nos paradigmas de intercâmbios socioculturais.

Tais transformações permitiram a urgência de uma nova tecnologia de escrita, que se materializa no texto eletrônico que, segundo Xavier (2001), se dinamiza e flexibiliza pela e na linguagem, por meio de outras interfaces semióticas, originando outras formas de textualidade.

Nesse sentido, o termo hipertexto, criado pela flexibilização, define uma escrita/leitura não-sequencial, não-linear, que se ramifica permitindo que o leitor acesse textos, praticamente, de forma ilimitada, em tempo real. “Trata-se de um processo de leitura/escrita multilinearizado, multisequencial e não-determinado, realizado em um novo espaço: o ciberespaço” (MARCUSCHI, 1999, p.1)

2.1 E-MAIL

A história do correio postal tem origem na Grécia antiga, em 190 a.C., quando um general da cidade de Atenas enviou um mensageiro para informar aos atenienses, a respeito da vitória sobre os Persas.

É a partir daí que surge a palavra correio, do original correr. Diz a história, que o mensageiro de Atenas correu, aproximadamente, 39 quilômetros para levar a mensagem.

Segundo Paiva (2004), o *e-mail* ou mensagem eletrônica, surgiu em meados da década de sessenta, quando a *Advanced Research Projects Agency Network* (Arpanet), do Pentágono, enviou a primeira mensagem, entre computadores, situados em regiões geográficas diferentes.

Importante mencionar, o quanto a tecnologia permite uma sensação de proximidade e, o *e-mail* proporciona, e Paiva (2004) analisa como

um gênero eletrônico escrito, com características típicas de memorando, bilhete, carta, conversa face a face e telefônica, cuja representação adquire ora forma de monólogo ora de diálogo e que se distingue de outros tipos de mensagens devido a características bastante peculiares de seu meio de transmissão, em especial a velocidade e a assincronia na comunidade entre usuários de computadores.

Atualmente, o *e-mail* é um dos gêneros textuais mais utilizados, pois, sua comunicação é rápida e prática. Diante da quantidade de seu uso, esse meio de comunicação adquiriu características próprias. Para tanto, foram criadas as Netiquetas, que são regras de comportamento na internet.

Apesar do esforço para a criação de um padrão de mensagens eletrônicas, há uma variedade enorme, dentro do gênero *e-mail*. Por exemplo, há um cuidado muito maior, quando encaminhamos um *e-mail* para um superior, no trabalho, do que quando mandamos para um amigo de infância, como define Paiva (2004),

uma das vantagens do sistema de mensagens em relação à carta é que, em uma mensagem ARPANET (primórdio do *e-mail*), você poderia escrever concisamente e digitar com imperfeições, mesmo se dirigindo a alguém mais velho ou em posição superior, e até mesmo, para uma pessoa que você não conhece, e o destinatário não vai se sentir ofendido.

O *e-mail*, tradicionalmente, vem substituindo a carta e, na prática, fazemos uso do termo para correio eletrônico, mensagem, formulário ou programa, conforme menciona Cruz (2005).

De acordo com Zanotto (2005), o fato de alguém dizer “recebi um *e-mail*”, e não “recebi uma carta eletrônica, um bilhete virtual” indica que o destinatário da mensagem constatou diferenças, entre os dois textos.

Segundo o mesmo autor, o termo *e-mail* está sendo empregado, em três sentidos, pois, dependendo do contexto, ele pode significar gênero de texto, endereço eletrônico ou sistema de transmissão.

Na opinião de Cruz (apud Marcushi, 2003, p.18), o termo *e-mail* tem “duas acepções tanto de origem como de função”. O *e-mail*, como gênero, é uma transmutação da carta, ou seja, a incorporação de um gênero em outro ou ainda serve como meio de transporte de outros gêneros.

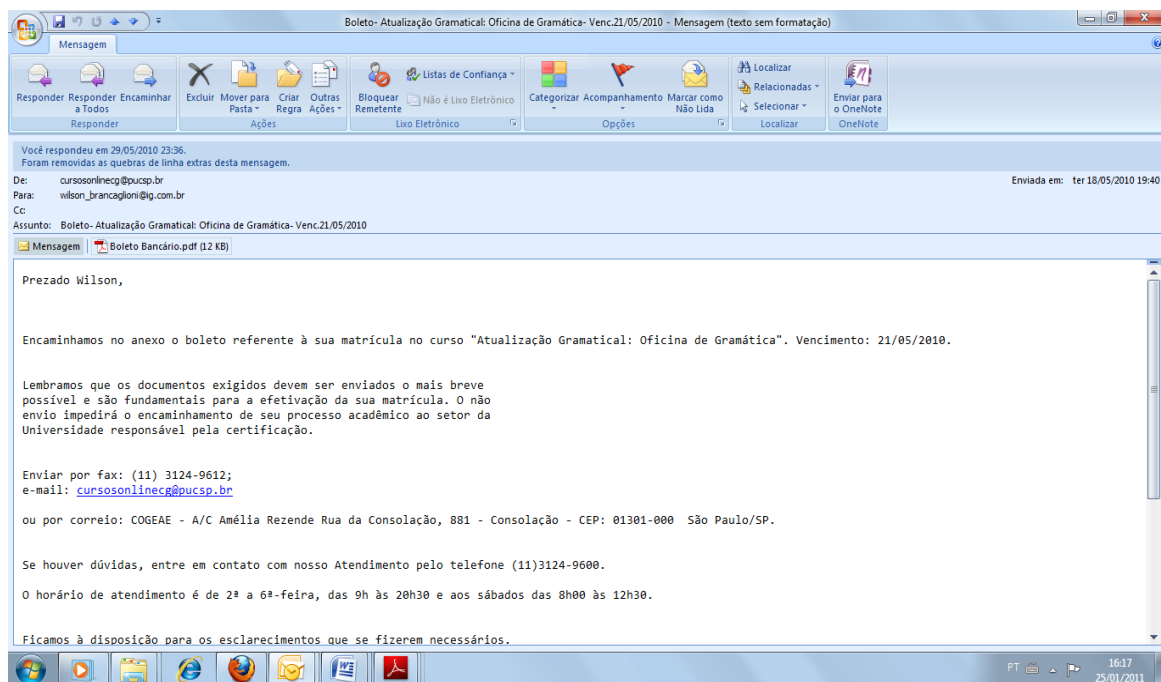


FIGURA 2.1 MENSAGEM OUTLOOK 2007

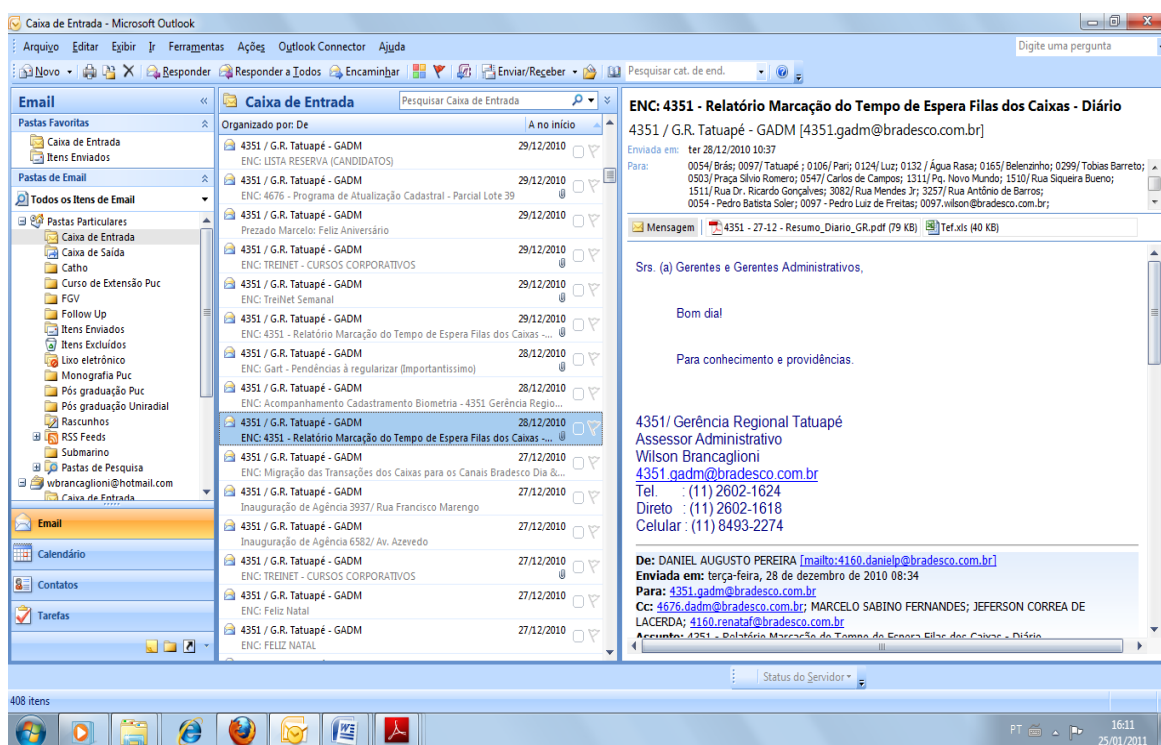


FIGURA 2.2 PROGRAMA OUTLOOK 2007

Segundo Cruz (2005), com as inovações tecnológicas, o meio e as condições de produção se modificam e, com isso, a linguagem utilizada para a produção, também se altera.

Para Zanotto (2005):

os textos surgem, desaparecem, reaparecem, transformam-se, adaptam-se para satisfazer necessidades de determinada comunidade discursiva. Cada um deles preenche determinadas finalidades. Por isso existe a carta, o relatório, a ata, o editorial, a notícia, o recibo, a anedota, o poema, a receita culinária e uma infinidade de outros gêneros. E, conforme a necessidade, novos gêneros vão sendo criados. É dentro desse contexto que nasceu o e-mail. Com o advento da internet, surgiu a oportunidade de as pessoas se comunicarem por escrito utilizando-se desse meio eletrônico. [...] Logo um gênero de texto estava sendo admitido no seio da comunidade discursiva "internética". Estava criado o e-mail. (ZANOTTO, 2005, p.111)

De acordo com Zanotto (2005), o *e-mail* é um novo gênero de texto, que surgiu a partir de práticas discursivas cotidianas, transformando-se em um gênero com características próprias.

Segundo Cruz (2005), a concepção bakhtiniana sobre enunciado é fundamentada, por meio dos gêneros textuais, ou seja, surgem, situam-se e integram-se, funcionalmente, nas culturas em que se desenvolvem.

A partir desse conceito, os gêneros mudam, desde um gênero textual secundário, que deriva do primário, até a sua transmutação.

numa primeira fase, povos de cultura essencialmente oral desenvolveram um conjunto limitado de gêneros. Após a intervenção da escrita alfabética por volta do século VII a.c., multiplicam-se os gêneros, surgindo os típicos da escrita. Numa terceira fase, a partir do século XV, os gêneros expandem-se com o florescimento da cultura impressa para, na fase intermediária de industrialização iniciada no século XVIII dar início a uma grande ampliação. Hoje, em plena fase da denominada cultura eletrônica, como o telefone, o gravador, o rádio, a TV e, particularmente o computador pessoal e a sua aplicação mais notável, a internet, presenciamos uma explosão de novos gêneros e novas formas de comunicação, tanto na oralidade como na escrita. (MARCUSCHI, 2002, p.19).

Para Cruz (2005), a fim de atender às necessidades socioculturais e inovações tecnológicas, o meio e as situações de produção se alteram, bem como a linguagem empregada.

No passado, escrevíamos cartas, e, com o advento e praticidade da tecnologia, a escrita de cartas se restringiu, prevalecendo, em geral, nos contextos institucionais.

A tecnologia oferece a praticidade que nos permite a sensação de proximidade com o nosso interlocutor, para tanto, o *e-mail*, na maioria das vezes, substitui a escrita de cartas.

Segundo a mesma autora, o *e-mail* pode ser considerado um gênero emergente, com características próprias.

2.2 E-MAIL: GÊNERO OU SUPORTE

Marcuschi apud Cruz (2005) define suporte como “um lugar físico ou virtual”, de “formato específico” e que “serve para fixar e mostrar o texto”.

De acordo com o autor, op.cit., o suporte é algo concreto, ou de realidade virtual, no caso do suporte da Internet, que aparece, frequentemente, em algum formato específico e é voltado para fins comunicativos.

O suporte serve para fixar o texto, a fim de torná-lo um veículo para a comunicação. Existem inúmeros tipos de suporte, que vão, desde o próprio corpo (tatuagens), a muros (pichações), carros (adesivos) e camisetas (texto), entre outros, conforme aponta Cruz (2005).

No caso do *e-mail*, há programas que servem de suporte para o envio de mensagens. O número de usuários de *e-mail* tem aumentado, em grande escala, pelo mundo e os programas de *e-mail* aperfeiçoam seus formulários, incluindo elementos funcionais.

De acordo com Cruz (2005), o modelo básico de um formulário de *e-mail* consta de três partes: o cabeçalho, o corpo e o anexo.

O *e-mail* assume a função de suporte, quando envia um arquivo anexo, no entanto, Paiva (2004) sugere algumas definições para a utilização do termo *e-mail*:

o termo *e-mail* (eletronic mail) é utilizado, em inglês, para o sistema de transmissão e, por metonímia, para texto produzido para esse fim. O mesmo termo é ainda utilizado para o endereço eletrônico de cada usuário. Em português, nos referimos ao canal como correio eletrônico, mas o termo *e-mail* já está tão enraizado em nossa cultura, que optei por mantê-lo.

Conforme menciona Cruz (2005), o termo *e-mail* pode ser usado para substituir o sistema de transmissão, o texto produzido e o correio eletrônico, bem como o uso do termo *e-mail* para o suporte da mensagem eletrônica, portanto, optamos por usar o termo *e-mail*, tanto para fazer referência ao suporte, quanto para o gênero.

2.3 O DISCURSO EMPRESARIAL

De acordo com Zanotto (2005), o discurso empresarial remete ao conjunto de correspondências que circulam de empresas para empresas, de empresas para particulares, de particulares para empresas ou de particulares para particulares.

Segundo Zanotto (2005), o discurso empresarial abarca vários gêneros, tais como relatórios, circulares operacionais, balanços, balancetes, cartas comerciais, *e-mails* etc, que cumprem determinados objetivos e apresentam características, que os identificam e distinguem dos demais gêneros.

Trata-se de uma realidade comprovada pela existência de manuais, que explicam a maneira correta de utilizar um texto empresarial, portanto, não se deve desconsiderar esse saber. Para tanto, Bronckart (1999, p. 138) explica:

os gêneros não podem nunca ser objeto de uma classificação racional, estável e definitiva. Primeiro, porque, do mesmo modo que as atividades de linguagem de que procedem, eles são em numero de tendência ilimitado; segundo, porque os parâmetros que podem servir como critérios de classificação (finalidade humana geral, questão social específica, conteúdo temático, processos cognitivos mobilizados, suporte mediático, etc.) são, ao mesmo tempo, pouco delimitáveis e em constante interação; enfim, e sobretudo, porque uma tal classificação não pode se basear no único critério facilmente observável, a saber, nas unidades lingüísticas que neles são facilmente observáveis.

A difusão da ideologia é transmitida para os sujeitos organizacionais, pelo gestor que assume papel de liderança, no organograma da empresa, que tem a missão de veicular a cultura corporativa.

diferentemente, entre as pessoas que constituem a organização de uma empresa, as posições de mando ou subserviência são normalmente bem solidificadas e explicitadas (em planos de carreira, normas internas, etc.). Sabe-se quem manda em quem obedece e a quem obedecer. (ZANOTTO, 2005, P. 66)

A linguagem transmitida deve ser interpretada, por todos os sujeitos da organização, de modo que a realidade seja compartilhada, a fim de atingir os objetivos propostos pela empresa.

Segundo Maingueneau, “qualquer discurso escrito, mesmo que a negue, possui uma vocalidade específica, que permite relacioná-lo a uma fonte enunciativa, por meio de um tom que indica quem o disse...”

O discurso empresarial está alinhado com a evolução do capitalismo, que procura desenvolver-se em valores, nos quais os empregados ou parceiros de negócios assumam responsabilidades pelo desenvolvimento de competências individuais e coletivas, de modo a assegurá-lo como participante ativo, no mundo organizacional.

A competitividade acirrada apresenta senso de urgência, na alteração dos discursos produzidos na empresa, obrigando os gestores a rever procedimentos e construir formas discursivas mais rápidas.

2.4 A CARTA COMERCIAL

Segundo Zanotto (2005), a carta comercial ocupou espaço importante, entre as correspondências empresariais. Prova disso é que havia manuais de orientação para redigir cartas comerciais com eficácia, bem como as empresas exigiam dos candidatos, competência para elaborar cartas comerciais.

a escrita é quase sempre um recurso com características de especialização, pois, em cada setor, há fórmulas mais ou menos consagradas e indivíduos responsáveis pela redação de textos [...] Não é por nada que as secretárias (com redação própria) são muito valorizadas e prezadas ganhando salários superiores às colegas de outras tarefas. (MARCUSCHI apud ZANOTTO., 2005 p. 72).

De acordo com Zanotto (2005), a carta comercial é considerada modelo, entre as correspondências empresariais, pois, outros gêneros são derivações dela.

Sua comunicação não se caracteriza como sendo livre, pois, sempre há uma intenção, para tanto, alguns elementos pré-determinados são destacados, em sua estrutura, tais como: linguagem clara, precisa e objetiva, baseada no padrão formal da língua.

GONÇALVES, DIAS & CIA.
Rua Verona, 100 – São Paulo – SP

46/09 São Paulo, 20 de maio de 2009.

Fagundes & Varela Ltda.
Diretoria Comercial

Prezados senhores:

Seguiram pelo correio os catálogos de nossos produtos, solicitados pelo seu gerente de compras.

Para um rápido atendimento, entrar em contato telefônico com nosso departamento de vendas.

Atenciosamente,

Alvares de Azevedo
Diretor Comercial

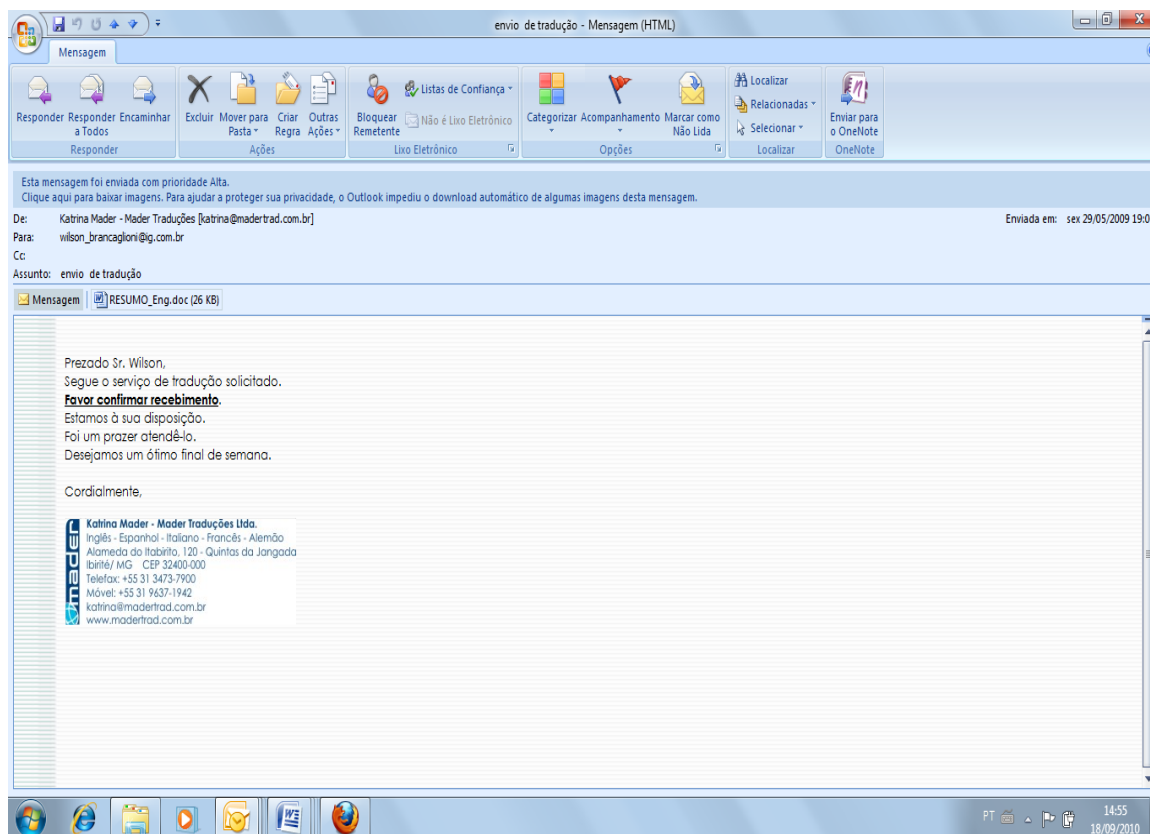


FIGURA 2.4 PROGRAMA OUTLOOK 2007

2.5 AS MÁXIMAS CONVERSACIONAIS DE GRICE APLICADAS AOS E-MAILS

As leis conversacionais do filósofo americano Grice são máximas conversacionais para estabelecer, entre os interlocutores, uma interação verbal.

Mainueneau, apud Zanotto (2005), p. 74, explicou as leis, da seguinte forma:

para construir uma interpretação, o destinatário deve supor que o produtor do enunciado respeita certas “regras do jogo”: por exemplo, que o enunciado é “sério”, que foi produzido com a intenção de comunicar algo que diz respeito àqueles a quem é dirigido.

Segundo Zanotto (2005), ao se comunicarem, as pessoas aderem a certas regras de conduta, de modo que os participantes de uma conversa fazem sua contribuição conversacional, ou seja, as pessoas, fazendo uso destas regras, procuram ser mais eficientes na comunicação.

Grice, apud Zanotto (2005), garante que as conversas são apenas “esforços cooperativos, em que as pessoas seguem, convencionalmente, princípios, a fim de manterem uma interação verbal.”

O teórico menciona que há quatro máximas que devem ser seguidas para que a comunicação seja bem sucedida. São elas:

- Máxima de Qualidade, que diz que só se deve afirmar aquilo que for verdade, ou seja, o destinatário da mensagem espera do enunciador, apenas atos de fala ou escrita sinceros;
- Máxima de Quantidade, que garante que só se deve dar informações, em quantidades suficientes, e não se deve esconder uma informação importante;
- Máxima da Relevância, que expressa que o enunciador forneça informações novas ao destinatário, ou seja, relevantes;
- Máxima de Modo, que afirma que se deva ser claro nas enunciações.

2.6 ELEMENTOS TEXTUAIS DOS *E-MAILS*, NO CONTEXTO EMPRESARIAL

Os elementos textuais são a essência do texto, pois, indica a finalidade comunicativa, ou seja, seu objetivo.

Conforme aponta Zanotto (2005), as mensagens trocadas no meio empresarial visam a suprir as necessidades dos negócios.

2.7 ELEMENTOS PARATEXTUAIS DOS E-MAILS

Etimologicamente, o que rodeia ou acompanha o texto, ainda que não seja evidente qual é a fronteira que o separa do seu entorno.

Os elementos paratextuais cumprem, em muitos casos, a função de reforço, já que compensam a ausência do contexto compartilhado pelo emissor e receptor. Contribuem para a construção ou desconstrução dos sentidos do texto.

Segundo Zanotto (2005), os elementos textuais dos *e-mails* são distribuídos em elementos, fixos e opcionais.

Os elementos fixos compõem o cabeçalho.

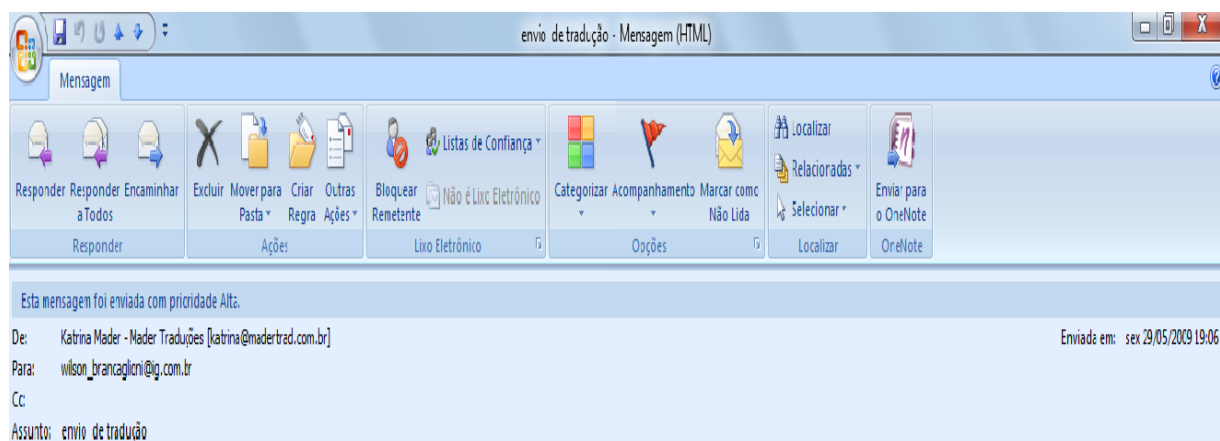


FIGURA 2.5 CABEÇALHO PROGRAMA OUTLOOK 2007

Os elementos paratextuais fixos estão situados no alto da tela do *e-mail* ou no papel, quando são impressos, portanto, são considerados pré-textuais.

No exemplo da figura 1, temos:

1 De: Fornece o remetente da mensagem.

Katrina Mader – Mader Traduções [katrina@madertrad.com.br]

Segundo Zanotto (2005), há diferença entre remetente e signatário, pois, remetente é um elemento fixo que é registrado, automaticamente, pelo programa, no computador. O signatário, é quem digita a mensagem, pois, qualquer pessoa que tenha acesso ao computador pode abrir o programa e enviar o *e-mail*.

“Esse, como se viu, deve ser um dos motivos de a carta comercial, na comparação com o *e-mail*, desfrutar de mais credibilidade.” (ZANOTTO, 2005, p. 147).

2 *Enviado em*: Fornece o dia da semana e do mês, ano e horário em que a mensagem foi enviada.

Sex 29/05/2009 19:06

O programa utilizado fornece a possibilidade de alocar a mensagem, na caixa de saída, e, posteriormente, ser enviada, portanto, os dados de envio podem não ser os verdadeiros. Há, também, a situação do computador estar com datas e horários incorretos, outro motivo para as cartas comerciais desfrutarem de maior credibilidade.

3 *Para*: Campo preenchido com o endereço eletrônico do destinatário.

wilson_brancaglioni@ig.com.br

O endereço pode ser digitado ou acessado e selecionado do próprio catálogo de endereços. O programa possibilita o envio de cópia do *e-mail*, a quantas pessoas forem necessárias.

4 *Assunto*: Título que servirá de referência para a leitura do *e-mail*. O assunto deve ser digitado por seu emitente.

O assunto serve para orientar o leitor e captar sua atenção para a leitura da mensagem, conforme apontam Menegassi e Chaves, apud Zanotto 2005, p. 149:

o título é uma síntese precisa do texto, cuja função estratégica na sua articulação: ele nomeia o texto após sua produção, sugere o sentido do mesmo, desperta o interesse do leitor para o tema, estabelece vínculos com informações textuais e extratextuais, e contribui para a orientação da conclusão a que o leitor devesse chegar.

Crystal, apud Zanotto 2005, p. 149, destaca a importância do assunto:

visto que [o assunto] é a primeira coisa que o destinatário recebe, junto com o nome do remetente, é um elemento crítico na tomada de decisão sobre abrir ou não a mensagem. [...] descrições de assunto claras, breves, relevantes e concretas (cf. as máximas de Grice) são recomendadas [...] Linhas de assunto deliberadamente ilusórias (como são às vezes encontradas em *e-mail* de anunciantes) são consideradas uma violação de netiquette.

2.8 PROCESSO DE ENUNCIÇÃO

Conforme aponta Cruz (2005), a concepção bakhtiniana sobre enunciado é o que ratifica as discussões sobre gêneros textuais que surgem, situam-se e integram-se, basicamente, nas culturas em que se desenvolvem.

Segundo menciona a autora, é a partir desse conceito que os gêneros mudam, desde um gênero textual secundário, que deriva do primário, até sua transmutação genérica.

Para que a linguagem escrita sirva como instrumento de comunicação, o código utilizado deve ser de conhecimento do receptor e realizar-se, por meio de enunciados, na interação verbal.

De acordo com Bakhtin (2003), “aprender a falar significa aprender a construir enunciados (porque falamos por enunciados, e não por orações isoladas e, evidentemente, não por palavras isoladas).”

Abordar o conceito de enunciação de Martins (1990), a partir da relação interpessoal, que se realiza pela linguagem, torna-se importante, visto que podem proporcionar análises do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial.

De acordo com Martins (1990), quando há manifestação linguística, por alguém, ele ou ela assume o papel de eu, numa relação interpessoal, e estabelece, pelo ato mesmo da enunciação, o tu que o pressupõe, nessa relação.

ao manifestar-se linguisticamente, o locutor se apropria da língua, através das formas com que ela o instrumentaliza para a enunciação, e constrói seu discurso. Só a partir do ato de enunciação podemos falar de sentido que, nessa perspectiva, é um conceito indissociável do conceito de referência. (MARTINS, 1990, p.89)

Diante do exposto, a autora salienta que, o locutor, ao construir seu discurso, estabelece uma relação com o outro, em determinado contexto, e que só se concretiza, na medida em que o outro refere, identicamente.

A análise do processo de enunciação do gênero *e-mail* é marcado pelo objetivo comunicativo, pois, segundo Bakhtin (2003), todo enunciado comporta um começo e um fim, absolutos.

De acordo com Bakhtin (2003), o locutor conclui seu enunciado para passar a palavra ao outro ou para dar lugar à compreensão responsiva ativa, do outro.

Para analisar os gêneros praticados nos meios eletrônicos, aqui, no caso *e-mail*, devemos levar em conta as pessoas, suas intenções, no momento da produção textual, quais as possibilidades oferecidas pelo programa de computador que usam etc.

3 ANÁLISE DE DADOS DO GÊNERO *E-MAIL* NO CONTEXTO EMPRESARIAL

Segundo Paiva (2004) as mensagens eletrônicas são hoje o tipo de texto mais produzido nas sociedades letradas, bem como oportuno pensar sobre suas vantagens e desvantagens desse novo artefato cultural para a transmissão de mensagens:

TABELA 3.1 – VANTAGENS E DESVANTAGENS DO USO DO *E-MAIL*

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Velocidade na transmissão	Dependência de provedoras de acesso.
Assincronia	Expectativa de feedback imediato.
Baixo Custo	Acesso ainda é muito caro.
Uma mesma mensagem pode ser enviada para milhares de pessoas no mundo inteiro.	O <i>e-mail</i> pode ir para o endereço errado, ser copiada, alterada.
A mensagem pode ser arquivada, impressa, re-encaminhada, copiada, re-usada.	Há excesso de mensagens irrelevantes.
As mensagens podem circular livremente.	Mensagens indesejadas circulam livremente.
As mensagens podem, geralmente, ser lidas na <i>web</i> , ou baixadas através de um software.	Problemas de incompatibilidade de software pode dificultar ou impedir a leitura.
Arquivos em formatos diversos podem ser anexados.	Arquivos anexados podem bloquear a transmissão de outras mensagens ou, ainda conter vírus. Arquivamento ocupa espaço em disco, gerando lentidão na máquina.
Facilita a colaboração, discussão, e a criação de comunidades discursivas.	O receptor pode ser involuntariamente incluído em fóruns e malas diretas.
O usuário é facilmente contatado.	Há uma certa invasão de privacidade.

Fonte: Paiva 2004

Segundo Zanotto (2005) o endereço eletrônico possui a seguinte estrutura:

TABELA 3.2 – ESTRUTURA DO E-MAIL

wilson_brancaglioni	@	ig.	com.	br
Nome	Arroba	Nome do servidor	Organização	País
Nome ou abreviatura do nome do proprietário da caixa de correio	Símbolo com o sentido de "em" (lugar em que); designa o endereço do provedor	Identificação da máquina encarregada de receber e enviar as mensagens	Abreviatura que indica o tipo de organização à qual pertence o endereço (comercial, governamental, organizacional)	Abreviatura de duas letras que indica o país a que pertence o endereço.

Fonte: Zanotto 2005

De acordo com Zanotto (2005) constatamos que há um entrecruzamento de gêneros, no mínimo três: a carta comercial, o *e-mail* comercial e o *e-mail*.

Zanotto (2005) apud Crystal 2002 p. 94 relata:

é extremamente fácil definir a identidade lingüística do *e-mail* como uma variedade de linguagem; em outro nível é extremamente difícil. A parte fácil confia na estrutura fixa da mensagem – uma estrutura ditada pelo *software* do *e-mail* que se tem tornado, de forma crescente, padrão nos últimos vinte anos. Justamente da mesma maneira como podemos analisar de modo prático os elementos que constituem um artigo de jornal (em termos de título, corpo do texto, ilustração, texto explicativo, etc.) também podemos ver nos *e-mails* uma sequência fixa de elementos discursivos. [...] A parte difícil [...] recai sobre a diversidade de opiniões, sobre o propósito do *e-mail* como um meio de comunicação e sobre o tipo de linguagem mais apropriado e efetivo para atingir esse propósito.

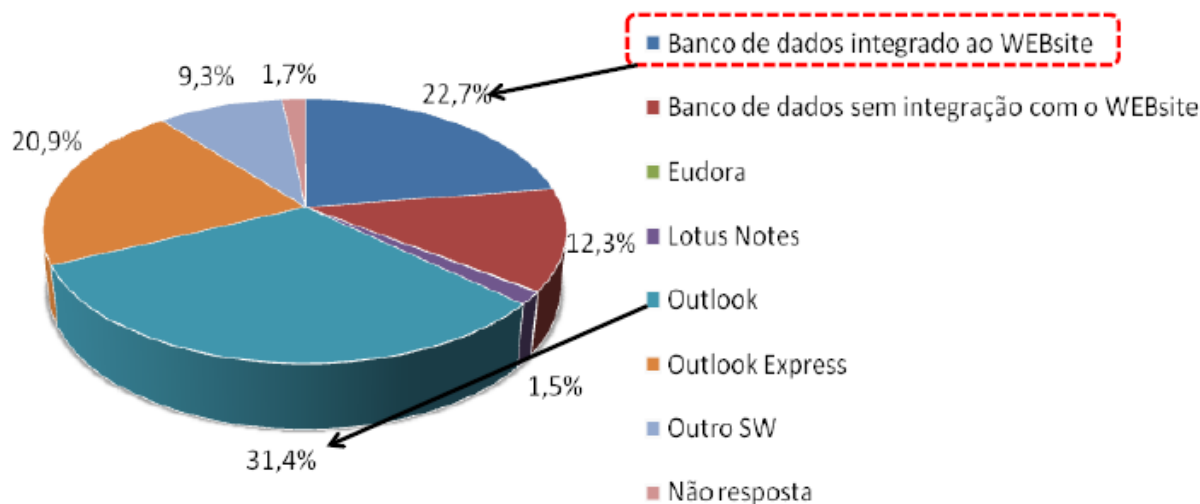


GRÁFICO 3.1 – COMO SÃO ARMAZENADOS PELA EMPRESA, OS CONTATOS RECEBIDOS VIA E-MAIL?

Fonte: WBI Brasil 2009

63,2% do total das respostas apontam para uso de software de e-mail individual, o que irá causar problemas no momento que a empresa desejar criar uma ação de comunicação com seus contatos, pois eles estão desagrupados. Apenas 22,7% das empresas possuem seu banco de dados integrados ao site, permitindo uma comunicação ágil e segmentada.

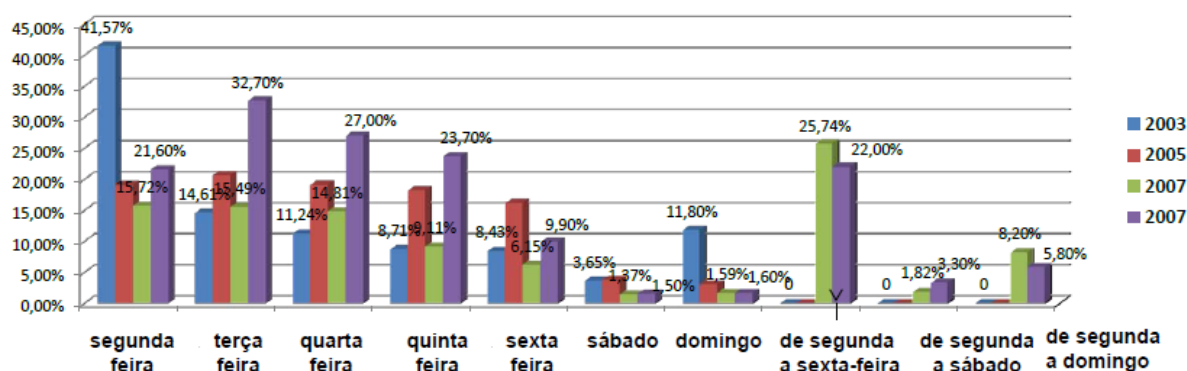


GRÁFICO 3.2 – EM QUAL (IS) DIA(S) DA SEMANA, SUA EMPRESA ENVIA E-MAILS?

Fonte: WBI Brasil 2009

O crescimento do volume de envios semanais, fica evidente no comparativo entre 2003 e 2009. Se em 2003, os envios de final de semana mais a segunda-feira, chegaram a 57,02% do total de envios da semana, em 2009, apenas 3,10% eram enviados exclusivamente no final de semana.

Nestes seis anos de pesquisa, identificou-se uma grande mudança, não só na frequência, mas principalmente nos melhores dias para envios. Em 2009, o pico de envio ficou concentrado na terça-feira com 32,70% do total de respostas, o que comprova a força do e-mail, pois terça-feira é historicamente o dia da semana com o maior volume de compras no Comércio Eletrônico.

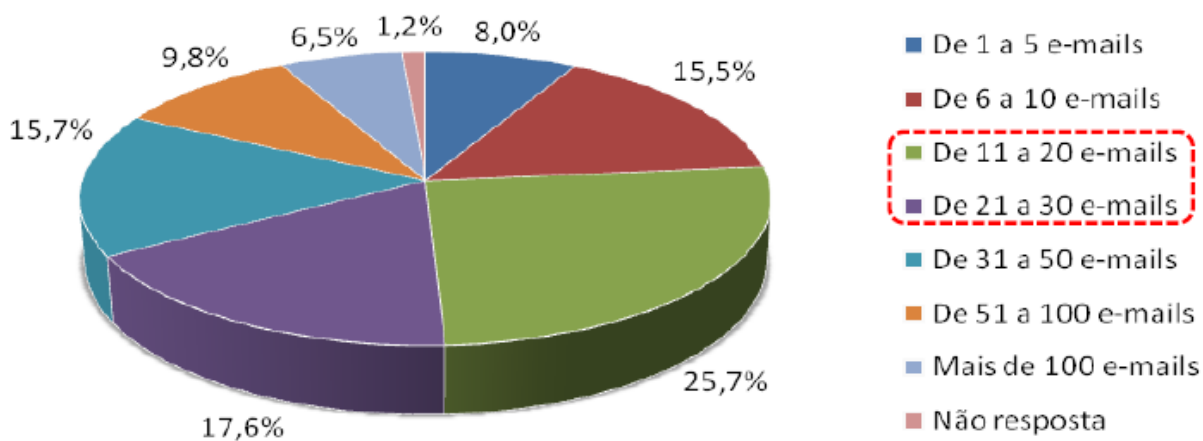


GRÁFICO 3.3 – QUANTOS E-MAILS VOCÊ ENVIA POR DIA?

Fonte: WBI Brasil 2009

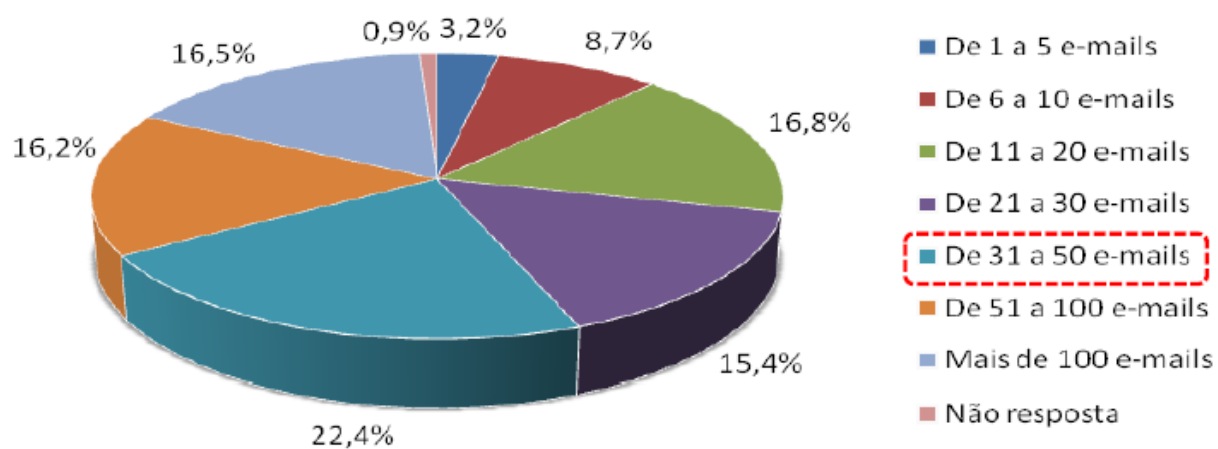


GRÁFICO 3.4 – QUANTOS E-MAILS VOCÊ RECEBE POR DIA?

Fonte: WBI Brasil 2009

3.1 PROCESSO DE ENUNCIAÇÃO DO GÊNERO *E-MAIL*

De: Katrina Mader – [katrina@madertrad.com.br] enviada em:
qui28/05/2009 15:27
Para: Wilson_brancaaglioni@ig.com.br
Assunto: Autorização de tradução

Prezado Wilson,

Já estamos providenciando o serviço de tradução para o inglês autorizado hoje. A entrega dos arquivos será realizada no dia 29/05 até 18h, no valor de R\$ 35,00/ lauda. Seguem os dados bancários abaixo:

Mader Traduções Ltda.
CNPJ 10.258.551/0001-03
Insc. Municipal **2.423.3.04341**
Alameda do Itabirito, nº 120
Bairro Quintas da Jangada (2ª seção)
Ibirité/ MG – CEP 32400-000

Conta Bancária Jurídica:
Banco Real (356)
Agência 0049
C.C. 2746347-2

Aguardaremos o comprovante do depósito para entrega da tradução.

Cordialmente,

 **Katrina Mader - Mader Traduções Ltda.**
Inglês - Espanhol - Italiano - Francês - Alemão
Alameda do Itabirito, 120 - Quintas da Jangada
Ibirité/ MG CEP 32400-000
Telefax: +55 31 3473-7900
Móvel: +55 31 9637-1942
katrina@madertrad.com.br
www.madertrad.com.br

FIGURA 3.6 MENSAGEM DE *E-MAIL*

O texto apresenta o seu léxico predominantemente formal, bem como apresenta elementos paratextuais pré-textuais que iniciam o *e-mail* que são De, Para, Enviada em, Assunto e Endereçamento interno.

De: Katrina Mader – [katrina@madertrad.com.br]

Para: wilson_brancaaglioni@ig.com.br

Enviada em: qui28/05/2009 15:27

Assunto: Autorização de tradução

Endereçamento interno: Prezado Wilson

Elementos textuais representam a essência do texto global, e são responsáveis pelos propósitos comunicativos principais e nesse *e-mail*:

Já estamos providenciando o serviço de tradução para o inglês autorizado hoje. A entrega dos arquivos será realizada no dia 29/05 até 18h, no valor de R\$ 35,00/ lauda. Seguem os dados bancários abaixo:

Mader Traduções Ltda.

CNPJ 10.258.551/0001-03

Insc. Municipal **2.423.3.04341**

Alameda do Itabirito, nº 120

Bairro Quintas da Jangada (2ª seção)

Ibirité/ MG – CEP 32400-000

Conta Bancária Jurídica:

Banco Real (356)

Agência 0049

C.C. 2746347-2

O *e-mail* analisado apresenta, ainda, elementos paratextuais pós-textuais na qual apresenta frase de fechamento, fórmula de respeito e assinatura:

Frase de Fechamento: Aguardaremos o comprovante do depósito para entrega da tradução.

Fórmula de respeito: Cordialmente

Assinatura:  **Katrina Mader - Mader Traduções Ltda.**
 Inglês - Espanhol - Italiano - Francês - Alemão
 Alameda do Itabirito, 120 - Quintas da Jangada
 Ibirité/ MG CEP 32400-000
 Telefax: +55 31 3473-7900
 Móvel: +55 31 9637-1942
 katrina@madertrad.com.br
 www.madertrad.com.br

Segundo Maingueneau (2008) todo ato de enunciação é basicamente assimétrico: a pessoa que interpreta o enunciado reconstrói seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, mas nada garante que o que ela reconstrói coincida com as representações do enunciador. Compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, construindo um contexto que não é um dado preestabelecido e estável.

De: endereço eletrônico enviada em: seg21/02/2011 20:30
 Para: Wilson_brancaqlioni@ig.com.br
 Assunto: Seu Extrato de Conta já está disponível online

EXTRATO DE CONTA DISPONÍVEL

Seu Extrato de conta está disponível na internet. Para visualizá-lo, acesse os Serviços On-line pelo endereço www.americanexpress.com.br/servicosonline

Consulte seu Extrato de Conta agora mesmo. Além da conveniência de poder verificar seus gastos, você também já poderá usar a fatura para pagamento pelo seu internet banking ou na rede bancária.

Para verificar nossa lista de Bancos Associados e Conveniados acesse o nosso site: <http://www.americanexpress.com.br/>

Agradecemos pela opção de gerenciar suas informações pela internet e contribuir com a preservação do meio ambiente.

Atenciosamente,
American Express Membership Cards

FIGURA 3.7 MENSAGEM DE E-MAIL

Nesse *e-mail* aparece o propósito principal que é informar sobre a disponibilidade do extrato de conta disponível no endereço eletrônico, ou seja, tem como propósito informar, pois segundo Zanotto (2005) é dessa forma que se organiza a maioria dos textos.

De: endereço eletrônico enviada em: seg02/08/2009 08:39
Para: xxxxxxxxxx;xxxxxxx;xxxxxxx;xxxxxxx
Assunto: Auditoria da DNW

Pessoal

Ontem à tarde tivemos a reunião de encerramento da auditoria da DNW e com base nos comentários dos auditores, quero parabenizar a todos da equipe do Cabo pelos resultados obtidos.

Acho que é a primeira auditoria integrada dos três sistemas de gestão (qualidade, meio ambiente e segurança e saúde ocupacional) na qual só tivemos uma única observação no sistema de segurança e saúde ocupacional. Acho até que poderia não ter sido lavrada, conforme comentado pelos próprios auditores. Mas foi muito bom e importante para todos nós, ouvir dos auditores que os cuidados com a planta melhoraram, que as instalações estão cada vez mais bem cuidadas, que o foco no cliente é percebido em todas as áreas da planta desde a alta 110 administração até o chão de fábrica, que a gestão à vista demonstra a melhoria contínua em diversos indicadores o que é requisito forte, junto com o foco no cliente, da nova versão da ISSO-9001:2000, que a equipe está comprometida, enfim que eles gostaram muito do que viram.

Esta é mais uma prova de que estamos no caminho certo. Como sempre dissemos, ainda há muito para fazer (ainda bem!!!) mas vamos manter esta postura, esta vontade determinada de acertar e de sermos melhores em tudo. Isto é muito importante para a nossa planta, para a nossa empresa e para todos nós.

(assinatura)
(departamento)

FIGURA 3.8 MENSAGEM DE E-MAIL

Observamos que o *e-mail* foi enviado para vários endereços eletrônicos, bem como os elementos paratextuais pré-textuais situam o leitor em relação ao emissor da mensagem, data, horário e os demais participantes nessa interação.

Característica do texto é informal e objetiva, bem como não há marca de início de parágrafo. Não há fechamento e a assinatura encerra a comunicação com a indicação do departamento de origem da mensagem.

O texto tem como objetivo comunicativo informar o resultado da auditoria ocorrida na fábrica cujos resultados satisfatórios são motivos de congratulações a todos.

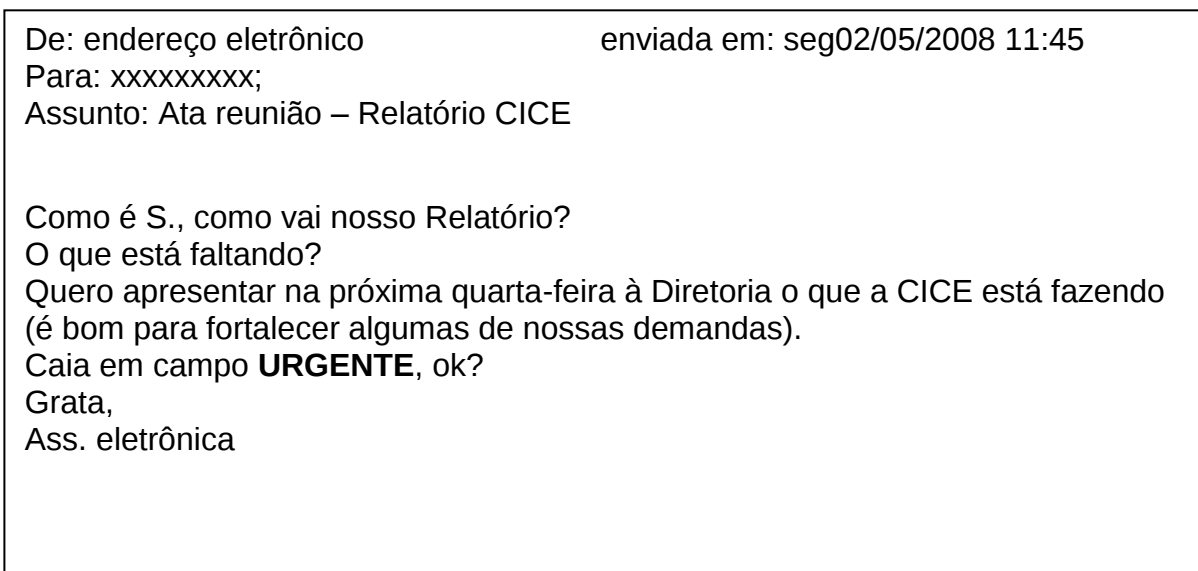


FIGURA 3.9 MENSAGEM DE E-MAIL

Observamos no *e-mail* 3.9 que trata-se de uma cobrança por parte da autora de uma resposta de assunto conhecimento por ambos os envolvidos. Nota-se que a linguagem usada é próxima da oralidade.

A maneira da conversa é simples embora a palavra urgentes está em negrito e em caixa alta. Utiliza-se termos do futebol “caia em campo...” a fim de modalizar a comunicação.

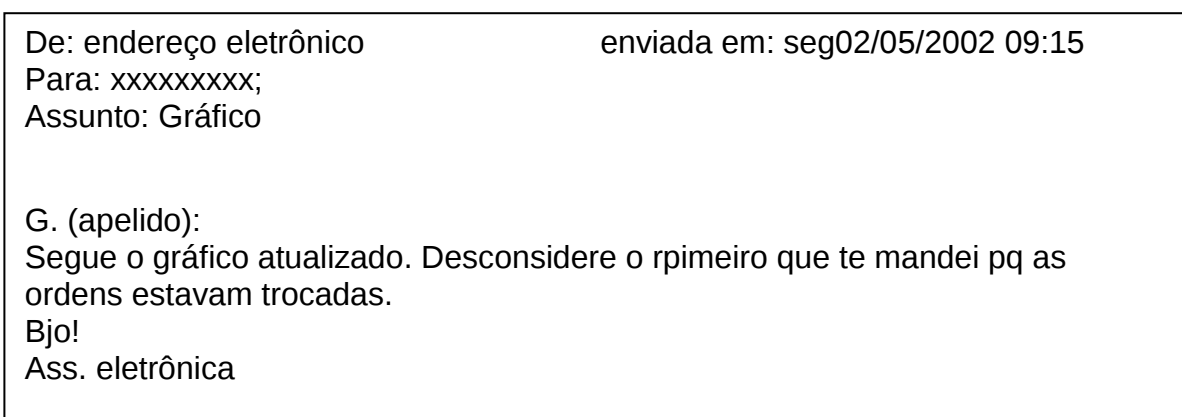


FIGURA 3.10 MENSAGEM DE E-MAIL

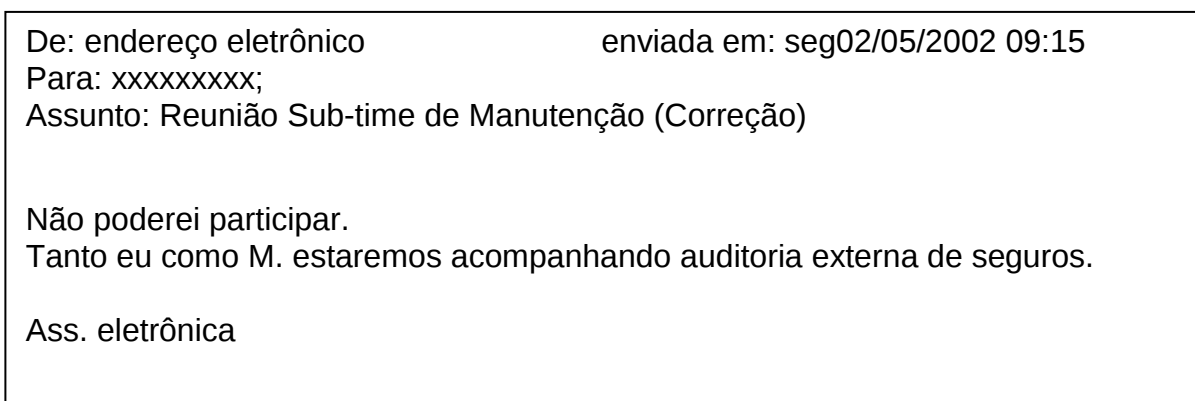


FIGURA 3.11 MENSAGEM DE E-MAIL

No contexto empresarial, a produção do e-mail diz respeito à necessidade de informar e ser informado de forma rápida e eficaz alinhada à vantagem de arquivamento e envio de uma mesma mensagem para vários destinatários.

Boa parte dos autores das mensagens opta apenas pela colocação da mensagem e da assinatura, pois nos meios empresariais o senso de urgência é a tônica do processo.

O estilo e tamanho das letras na escritura das mensagens sofrem grandes variações, escritos em letras de diversas formas e tamanhos distintos.

Observamos que normalmente cada comunicação trata de um assunto por vez, aquele especificado no cabeçalho.

O estudo do e-mail envolve a mescla das modalidades oral e escrita, pois foi um fator importante para sua disseminação em todas as esferas de atividade sem desconsiderar os recursos tecnológicos.

De acordo com Palma (2001) em relação a esse aspecto, o *e-mail* é considerado um gênero híbrido contendo as características da fala quanto da escrita:

TABELA 3.3 – CARACTERÍSTICAS DA FALA E ESCRITA

ORAL	ESCRITA
Tendência para o diálogo	Tendência para o monólogo
Utilização conjunta de elementos verbais, prosódicos e não verbais	Depende mais estritamente do sistema verbal
É mais econômica e mais alusiva do que a escrita	Utiliza sinais de pontuação para tentar dar conta, ainda que parcialmente, dos significados veiculados pelos elementos prosódicos
Interação mais direta, com a presença dos parceiros	Produção individual, solitária, ausência dos leitores
Produção e recepção costumam coincidir no tempo e no espaço	Tempo de produção é diferente do tempo de recepção
Não se pode apagar o dito	Pode-se apagar o escrito
Não se pode consultar para prosseguir a fala	Pode-se consultar fontes
As correções são públicas e podem vir do próprio ouvinte	As correções são privadas e não atingem o leitor
O falante pode observar seu interlocutor e acompanhar as suas reações	O escritor não pode observar o seu leitor diretamente
Dispondo de um ambiente referencial comum, falante e ouvinte podem dispensar a especificação de certas informações	Na falta de pistas do contexto, é preciso deixar todas as informações no texto escrito
A organização textual exibe maior frequência de repetições, elipses, redundâncias, anacolutos, autocorreções, marcadores conversacionais (é, bem, né, então, certo, aí...)	A organização sintática é mais complexa tendo em vista a necessidade de compensar a falta de referentes situacionais

Fonte: Paiva (2004)

Conforme Paiva (2004) item comum entre *e-mail* e ao texto escrito refere-se à possibilidade de consultar fontes na produção de *e-mails*.

No *e-mail*, o uso de abreviaturas e a brevidade da mensagem fazem lembrar um bilhete, bem com representar um nível de envolvimento entre os participantes da comunicação.

Segundo Cruz (2005) a despreocupação tem incentivado a criação de um léxico próprio, de forma a se adequar à velocidade proporcionada pela transmissão, pois segundos após uma mensagem ser enviada, ela pode ser lida pelo destinatário, o que causa a sensação de uma troca de turnos, principalmente quando os interlocutores estão *online*.

De acordo com Cruz (2005) o léxico criado para tornar a escrita do *e-mail* mais rápida e livre de acentuação destacamos o uso de abreviação, bjo e ok.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema desta pesquisa foi o Estudo do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial. Esse tema foi fruto de dúvida no meu ambiente de trabalho e nos propusemos a refletir sobre a maneira como o gênero *e-mail* vem sendo usado. Nosso problema de pesquisa foi responder como se organiza o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial?

Diante da velocidade de transmissão de mensagens, a reunião de inúmeras comunidades, esse gênero textual cria, em seus usuários, a necessidade de respostas imediatas, gerando pressão, no leitor. Outra característica refere-se à possibilidade de envio de um mesmo texto para várias pessoas rapidamente e a velocidade empregada pode fazer com que endereços errados sejam escolhidos.

Outro detalhe observado, ao longo de nossa pesquisa, a incidência de endereços errados, mensagens repetidas, muitas vezes em branco, ausência de anexos, problemas de coesão, entre outros. Consideramos oportuno resgatar a definição de *e-mail* dada por Paiva (2004):

um gênero eletrônico escrito, com características típicas de memorando, bilhete, carta, conversa face a face e telefônica, cuja representação adquire ora a forma de monólogo ora de diálogo e que se distingue de outros tipos de mensagem devido a características bastante peculiares de seu meio de transmissão, em especial a velocidade e a assincronia na comunicação entre usuários de computadores.

Esta monografia se justificou pela importância de se entender o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial.

O presente trabalho teve por objetivo geral, contribuir com os estudos realizados até hoje sobre o gênero *e-mail*, e, principalmente, para seu melhor uso, seja no campo profissional, seja no campo pessoal.

Os objetivos específicos foram: **1)** examinar o processo do gênero *e-mail*, no contexto empresarial, onde a interação verbal dos indivíduos é realizada por meio de gêneros que organizam a informação em determinada composição e estilo; **2)** identificar elementos que caracterizem o gênero *e-mail*, no contexto empresarial; **3)**

investigar as causas e possíveis soluções para os ruídos da comunicação empresarial envolvendo o gênero *e-mail*. Acreditamos ter cumprido todas essas etapas ao longo da nossa pesquisa.

Nesta pesquisa, tomamos por base o conceito de enunciação de Martins (1990), bem como conceito de gêneros de alguns autores, cujo objetivo foi analisar o processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial. Abordar o conceito de enunciação de Martins (1990), a partir da relação interpessoal, que se realiza pela linguagem, tornou-se importante, visto que esse conceito proporcionou análises do processo de enunciação do gênero *e-mail*, no contexto empresarial.

Trabalhamos, também, com Maingueneau (2008), em que afirma que o *mídiu*m não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do *mídiu*m modifica o conjunto de um gênero de discurso.

Com o advento da era digital o e-mail surge em 1971, com a possibilidade de transmissão rápida de mensagens, representando um avanço no sistema de comunicação. A mensagem eletrônica é geralmente produzida pela mesma pessoa que transmite e o receptor é, quase sempre, o destinatário da mensagem, bem como a entrega de mensagens é mediada por um ou vários provedores de internet.

Conforme aponta Cruz (2005), a concepção bakthiniana sobre enunciado é o que ratifica as discussões sobre gêneros textuais que surgem, situam-se e integram-se, basicamente, nas culturas em que se desenvolvem. Segundo a autora, é a partir desse conceito que os gêneros mudam, desde um gênero textual secundário, que deriva do primário, até sua transmutação genérica.

Constatamos, ainda, que o elemento estilo assume papel importante para a atividade linguagem, pois, “todo estilo está indissoluvelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, aos gêneros do discurso” (BAKTHIM, 2003, p. 265), bem como o estilo deve ser entendido como elemento de gênero.

Os elementos paratextuais fixos estão situados no alto da tela do *e-mail* ou no papel, quando são impressos, portanto, são considerados pré-textuais.

No exemplo da figura 1, temos:

1 *De*: Fornece o remetente da mensagem.

Resgatando Zanotto (2005), há diferença entre remetente e signatário, pois, remetente é um elemento fixo que é registrado, automaticamente, pelo programa, no computador. O signatário, é quem digita a mensagem, pois, qualquer pessoa que tenha acesso ao computador pode abrir o programa e enviar o *e-mail*. “Esse, como se viu, deve ser um dos motivos de a carta comercial, na comparação com o *e-mail*, desfrutar de mais credibilidade.” (ZANOTTO, 2005, p. 147).

2 *Enviado em*: Fornece o dia da semana e do mês, ano e horário em que a mensagem foi enviada.

O programa utilizado fornece a possibilidade de alocar a mensagem, na caixa de saída, e, posteriormente, ser enviada, portanto, os dados de envio podem não ser os verdadeiros. Há, também, a situação do computador estar com datas e horários incorretos, outro motivo para as cartas comerciais desfrutarem de maior credibilidade.

3 *Para*: Campo preenchido com o endereço eletrônico do destinatário.

O endereço pode ser digitado ou acessado e selecionado do próprio catálogo de endereços. O programa possibilita o envio de cópia do *e-mail*, a quantas pessoas forem necessárias.

4 *Assunto*: Título que servirá de referência para a leitura do *e-mail*. O assunto deve ser digitado por seu emitente.

O assunto serve para orientar o leitor e captar sua atenção para a leitura da mensagem, conforme apontam Menegassi e Chaves, apud Zanotto 2005, p. 149:

o título é uma síntese precisa do texto, cuja função estratégica na sua articulação: ele nomeia o texto após sua produção, sugere o sentido do mesmo, desperta o interesse do leitor para o tema, estabelece vínculos com informações textuais e extratextuais, e contribui para a orientação da conclusão a que o leitor devesse chegar.

A partir dos estudos realizados constatamos o surgimento de um novo gênero de texto, trazendo novos hábitos de comunicação e uso da língua. A novidade está na maneira de utilizar a linguagem, pois os textos utilizados no *e-mail* são menos burocráticos, mais simples, concisos e descontraídos.

Os elementos paratextuais são fundamentais, pois têm a finalidade de identificar os interlocutores, e ancoram os textos no tempo e no espaço. Suas marcas de formalidade ou informalidade situam a atitude do enunciador em relação ao destinatário da mensagem.

Tendo em vista que os objetivos foram cumpridos, chegamos à conclusão que atualmente, o *e-mail* é um dos gêneros textuais mais utilizados, pois, sua comunicação é rápida e prática. Diante da quantidade de seu uso, esse meio de comunicação já adquiriu características próprias. Mesmo com a intenção de estudiosos do assunto de criar um padrão de mensagens eletrônicas, há uma variedade enorme, dentro do gênero *e-mail*. Citamos, por exemplo, o cuidado maior que temos ao encaminhar *e-mail* a um superior, no trabalho. Diferentemente de quando enviamos mensagem para um amigo. Resgatando Paiva (2004),

Uma das vantagens do sistema de mensagens em relação à carta é que, em uma mensagem ARPANET (primórdio do e-mail), você poderia escrever concisamente e digitar com imperfeições, mesmo se dirigindo a alguém mais velho ou em posição superior, e até mesmo, para uma pessoa que você não conhece, e o destinatário não vai se sentir ofendido.

Ao concluir este trabalho deixamos o tema em aberto para futuras pesquisas, por se tratar de assunto que, além de sua abrangência mundial, conquistou definitivamente seu espaço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. (Volochinov) **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 9 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BAKHTIN, M.. *Estética da Criação Verbal*. Tradução do russo Paulo Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BONINI, Adair. Veículo de comunicação e gênero textual: noções conflitantes. D.E.L.T.A., 19:1, 2003.

BRAIT, Beth, Bakhtin: Conceitos-Chave, Beth Brait 4º ed., 2º reimpressão São Paulo: Contexto, 2008.

BRAIT, B. O conceito de estilo em Bakhtin: dimensão teórica e prática; 2003; Comunicação; 13o. InPLA: Metodologias de Pesquisa em Lingüística Aplicada; LAELPUC-SP; Português; PUC-SP; São Paulo; BRASIL. Disponível em: <http://www.fllch.usp.br/dl/noticias/downloads/Curso_Bakhtin2008_Profa.%20MaCristina_Sampaio/ARTIGO_BRAIT_conceito_estilo_em_Bakhtin.pdf> Acesso em nov 2010.

BRONCKART, J.P. Atividade de linguagem, textos e discursos. Por um interacionismo sócio-discursivo. São Paulo: Educ, 1999.

CHARTIER, Roger. A aventura do livro: do leitor ao navegador. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1999.

CRUZ, Glenda Demes da. A natureza do e-mail no espaço cibernético e suas peculiaridades discursivas: Um confronto com a escrita convencional. Ceará, 2005

CRYSTAL, David. *A revolução da linguagem*. Trad. Ricardo Quintana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2008.

FLORES, Valdir do Nascimento; TEIXEIRA, Marlene. *Introdução à Lingüística da Enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005.

FRAGO, Antônio Viñao. Leer y escribir (siglos XIX-XX). Educação em Revista. Belo Horizonte. nº 29, jun/99, p. 61-82.

LETA, Maria Massello. Concepções de Linguagem e Educação. Disponível em: <http://www.mariamassello.net/arquivos/artigos/endipe10.pdf>. Acesso em 02/11/2010

MACIEL, Lucas Vinicio de Carvalho. Gênero e Estilo nas Melhores Redações do Vestibular Unicamp. Campinas, 2008.

MARTINS, E. J. *Enunciação e Diálogo*. São Paulo: UNICAMP, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 5^o ed. São Paulo: Cortez, 2008a.

_____. *Cenas da enunciação*. (organização Sírío Possenti, Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva), São Paulo: Parábola, 2008b.

MARCUSCHI, L.A. *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*. In: Dionísio, A. P. et al. *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Linearização, Cognição e Referência: o Desafio do Hipertexto. In: COLÓQUIO DA ASSOCIAÇÃO LATINO AMERICANA DE ANÁLISE DO DISCURSO, IV, 5 a 9 de abril de 1999, Santiago, Chile.

MEURER, José Luiz (2000). O conhecimento de gêneros textuais e a formação do profissional de linguagem. In: FORTKAMP, Mailce Borges Mota; TOMITCH, Leda Maria Braga (Org.). *Aspectos da linguística aplicada*. Florianópolis: Insular.

MICHELETTI, Guaraciaba. *Enunciação e Gêneros Discursivos*. São Paulo: Cortez, 2008.

OLSON, D. R.; TORRANCE, N. *Cultura escrita e oralidade*. São Paulo: Ática, 1997.

PAIVA, Vera Lúcia M. de Oliveira e.. E-mail: um novo gênero textual In: MASCUSCHI, L. A. e XAVIER, A. C. (orgs.) *Hipertexto e Gêneros Digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

RIBEIRO, Pollyanne Bicalho. Funcionamento do gênero do discurso / Operation of genre of discourse. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/3370/2240>>. Acesso em 07 nov. 2010.

TODOROV, Tzvetan. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

WBI BRASIL. O uso do e-mail Marketing nas corporações Brasileiras, 4^a edição, 2009. Disponível em: <http://www.wbibrasil.com.br/2010/pesquisas/WBI_BRASIL_-_Pesquisa_e-Mail_Marketing_2009.pdf>. Acesso em 20 fev. 2011