

# A ACEITABILIDADE DOS GÊNEROS VIRTUAIS NA ESCRITA CORPORATIVA: UMA ANÁLISE DE DADOS NO SISTEMA DE COOPERATIVAS FINANCEIRAS DO DISTRITO FEDERAL

Sylvia Helena Alves da Silva<sup>1</sup>  
Universidade de Brasília

## RESUMO

Este estudo pretende verificar, sob a ótica qualitativa, a aceitabilidade dos gêneros virtuais na comunicação escrita do sistema de cooperativas financeiras do Distrito Federal, a partir de uma análise conceitual de metodologia, comunicação, gêneros textuais, gêneros virtuais e do próprio ambiente corporativo das cooperativas financeiras e, principalmente, dos dados obtidos por pesquisa *on-line*.

**Palavras-Chave:** Gêneros virtuais; Cooperativas financeiras; E-mail; *Whatsapp*.

## RESUMEN

*El objetivo de este estudio es verificar, desde un punto de vista cualitativo, la aceptabilidad de los géneros virtuales en la comunicación escrita del sistema de cooperación financiera del Distrito Federal, basado en un análisis conceptual de la metodología, la comunicación, los géneros textuales, los géneros virtuales y el propio entorno corporativo de la cooperativa. Financieros y, en particular, los datos obtenidos por la investigación en línea.*

**Palabras Clave:** *Géneros virtuales; Cooperativas financieras; Email; Whatsapp.*

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Letras (Licenciatura) da Universidade de Brasília – UnB.

## INTRODUÇÃO

O ritmo do mundo moderno tem ditado as regras da comunicação. Desde os primórdios, o ser humano vem se adaptando a novos processos comunicativos, e após o advento da internet, esses processos foram evoluindo para serem práticos, competitivos e, sobretudo, ágeis, pois permitem aos usuários comunicar-se, mesmo quando a barreira da distância física é um empecilho.

Desse modo, sob a perspectiva dos gêneros textuais, é possível tratarmos de gêneros nascidos na era digital, considerando a realidade das novas ferramentas eletrônicas. O *e-mail* e as mensagens de *Whatsapp* serão, neste trabalho, os principais gêneros analisados dentro do ambiente de corporativo de cooperativas financeiras. Emergem então, sobre o tema, duas questões: o e-mail seria o recurso mais acessível e difundido nas cooperativas financeiras, tendo substituído outros tipos de documentos já consagrados, como o ofício, a carta e o memorando? Em contraponto à ferramenta e-mail, qual a aceitabilidade da comunicação corporativa a partir do universo funcional dos aplicativos de mensagens instantâneas?

Partindo da análise dos gêneros virtuais supracitados em sua funcionalidade, considerando o arcabouço histórico e social nos quais estão inseridos, serão analisados os motivos pelos quais eles têm se consolidado na comunicação corporativa de cooperativas financeiras e a sua aceitabilidade em situações formais de escrita empresarial, considerada a influência tecnológica, os impactos e mudanças. A obra de Marcuschi (2004) é utilizada como o principal guia de construção teórica sobre gêneros textuais, com um posterior dimensionamento, obtido a partir de pesquisa qualitativa, sobre a aceitabilidade dos textos digitais produzidos na esfera profissional.

Por importante, é necessário esclarecer que trazer ao centro do debate a forma como os gêneros textuais se adaptaram e ainda se adaptam às transformações tecnológicas, incorporando novos modelos sobretudo à escrita empresarial, estamos explorando e dimensionando o desenvolvimento de práticas comunicativas comuns à sociedade, e mais especificamente ao meio corporativo.

## 1. METODOLOGIA

Na obra *Introdução à Pesquisa Qualitativa*, o autor Uwe Flick (2009) propôs que a pesquisa qualitativa não estaria imune aos efeitos da revolução digital e tecnológica do início do século XXI”. De fato, os meios de realização de pesquisa se adaptaram às novas tecnologias, tendo evoluído e facilitado a documentação e análise dos dados por meio de softwares específicos.

Um exemplo de *software* amplamente utilizado não só em pesquisas acadêmicas, mas também em meios sociais é o Google Formulários, um ambiente virtual que realiza a coleta e a organização de dados, o seu armazenamento em nuvem e possibilita a edição e compartilhamento com uma rede de contatos.

Alinhada às expectativas temporais contemporâneas, a metodologia de pesquisa qualitativa *online* mediada pela ferramenta Google Formulários foi o procedimento adotado para a coleta de dados neste trabalho. Foram analisadas respostas de 52 pessoas, que formam um grupo heterogêneo de trabalhadores de cooperativas financeiras do Distrito Federal.

Apesar de estudos como o de Mann e Stewart (2000) apontarem dificuldades que circundam a pesquisa online, dois fatores foram extremamente positivos para o quantitativo de respostas adquiridas: a relevância da pesquisa para a vida profissional dos informantes e a temática relacionada ao uso da tecnologia em ambientes corporativos. Assim, o envio dos formulários aos participantes ocorreu estritamente em meio virtual. Foram respondidas no questionário *online*, excetuando as informações requeridas sobre idade e e-mail, as oito perguntas que seguem listadas abaixo.

**Figura 1** – Questionário

1. Em termos gerais, no seu trabalho, qual a forma de comunicação escrita mais utilizada por você? \*

- Chat da empresa
- Bilhete
- E-mail
- Carta/Memorando/Ofício
- Whatsapp

2. Para solicitações formais, dirigidas aos seus superiores, qual o gênero textual escrito mais utilizado por você? \*

- Chat da empresa
- Bilhete
- E-mail
- Carta/Memorando/Ofício
- Whatsapp

3. Se a ferramenta e-mail deixasse de existir, o trabalho desempenhado por você na empresa ficaria mais difícil. A respeito da afirmação: \*

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Não concordo nem discordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

4. Qual o nível de formalidade empregado por você nos e-mails corporativos que encaminha diariamente? \*

|              |                       |                       |                       |                       |                       |              |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
|              | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |              |
| Pouco formal | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muito formal |

5. Em sua opinião, atualmente, há outros recursos comunicativos eficazes na comunicação empresarial escrita além da carta/memorando/ofício? \*

- Não
- Sim. E-mail
- Sim. Whatsapp
- Sim. Chat da empresa

6. Com qual frequência, em aplicativos como o Whatsapp, você substitui mensagens de texto por mensagens de áudio? \*

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

7. Fora de seu ambiente de trabalho, com qual frequência você utiliza a ferramenta e-mail como forma de comunicação? \*

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Nunca

8. Fora de seu ambiente de trabalho, qual a forma de comunicação escrita mais utilizada por você? \*

- Bilhete
- E-mail
- Whatsapp
- Outro aplicativo de mensagens

Fonte: Questionário (Silva, 2019)

Inicialmente, houve a observação, pela pesquisadora, de que os trabalhadores de instituições cooperativistas do ramo de crédito no Distrito Federal, por mais que atuando em diferentes áreas dentro das instituições (gestão, financeira, contábil, normativa etc.), tinham a tendência de optar por gêneros textuais escritos quanto maior a necessidade de formalidade na comunicação. Assim, realizou-se o estudo de algo que já é conhecido pela pesquisadora, fato inerente à pesquisa qualitativa, de acordo com Tuzzo (2016). Corroborando com essa ideia, Neves (1996), comenta: “os métodos qualitativos se assemelham a procedimentos de interpretação dos fenômenos que empregamos no nosso dia-a-dia”.

Os dados resultantes das respostas dos 52 trabalhadores de cooperativas financeiras foram agrupados em gráficos e números, técnica inerente à pesquisa quantitativa, capaz de classificá-los e mensurá-los de acordo com a intensidade, frequência ou quantidade de ocorrências.

“Os pesquisadores qualitativos utilizam a análise semiótica, a análise da narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e a fonêmica e até mesmo as estatísticas, as tabelas, os gráficos e os números.” (Denzin e Lincoln, 2006).

## 2. A COMUNICAÇÃO HUMANA: ENTRE A FALA E A ESCRITA

*O universo em movimento tende a quebrar barreiras e suplantando ideais, renovando e aprimorando fontes de pesquisa e, conseqüentemente, a distribuição em massa de novas descobertas.  
(Peter Burke)*

O processo evolutivo do hemisfério esquerdo do cérebro foi necessário para que a fala fosse inerente ao homem. Assim, após anos de consolidação evolutiva, a oralidade foi, por muitos séculos e em muitas culturas, a modalidade de expressão mais importante. Contudo, segundo Palma (2004) “é forçoso lembrar que os primeiros escritos datam de 6.000 anos dos 35.000 a 50.000 anos de existência do *homo sapiens*.”

Com a estrutura física ordenada para poder se comunicar, o homem primitivo teve a necessidade de ir além da linguagem oral e passou a produzir pinturas rupestres, definidas por Antônio Costella (2001):

A escrita pictográfica consistiu na representação desenhada de objetos concretos, figuras de animais etc., formando em sucessão, um relato coerente. Gradualmente, alguns destes sinais tomaram um sentido convencional e passaram a designar conceitos abstratos, tornando-se ideogramas. Em outros sistemas, acresceram-se as sílabas que, articuladas, formaram palavras e, por fim, surgiram as letras, isto é, os sinais alfabéticos que, correlacionando com fidelidade a escrita e a voz humana, representaram graficamente a fala (COSTELLA, 2002).

Já a escrita como representação gráfica da fala foi amplamente postulada por diversos autores, de Bloomfield a Matoso Câmara, e teve centrada em Platão uma das maiores discussões acerca do tema, pois o filósofo foi um grande defensor da modalidade oral, para ele, escrever não permitia à memória se exercitar, postulando assim que a escrita é estática e inumana, enquanto a fala é maleável e adaptável.

Uma longa linha do tempo demonstra a evolução do “sistema de comunicação de um indivíduo para outro indivíduo” (Paiva, 2004). Constituem os marcos desse processo evolutivo: o advento da imprensa em 1445; a criação do telégrafo por Samuel Morse, em 1844; a patente do telefone, em 1876; a popularização do fax, a

partir de 1966 e da primeira mensagem de correio eletrônico enviada de um computador a outro, em 1971.

É importante ressaltar que a impressão em massa de livros e, conseqüentemente, a disseminação de conhecimentos entre pessoas de diversos estratos sociais “Foi uma revolução que gerou a era da comunicação social” (Jardim, 2007). Ainda segundo Jardim (2007), o homem, após dominar os meios de comunicação social representados pela imprensa (tipografia) e, posteriormente, pela comunicação em massa, passou a criar mecanismos para melhor distribuir os materiais escritos e também a procurar uma forma de armazenar sons e imagens.

Em 1970 surgiu a ARPANET, um protótipo da internet atual, com a finalidade de transmitir dados entre computadores. A transmissão de mensagens interpessoais ocorreu um tempo mais tarde, em 1971, quando Ray Tomlin desenvolveu o programa SNDMSG, responsável pelo envio da primeira mensagem de um computador para outro (Paiva, 2004). A partir daí, a tecnologia, materializada nos computadores passou a ser utilizada para a comunicação.

Segundo Crystal (2001) “o impacto da Internet é menor como revolução tecnológica do que como revolução dos modos sociais de interagir linguisticamente.” Com isso, surge também um novo modo de estabelecer as relações sociais dos indivíduos, no qual é preciso não só saber ler e escrever, mas também dominar as técnicas de leitura e escrita advindas da revolução tecnológica.

A partir do momento em que os indivíduos têm acesso a formas mediadas de comunicação, estes reforçam a capacidade de usar recursos simbólicos para construir suas próprias identidades e redefinirem suas relações com o outro no espaço social. A interação neste ambiente virtual está moldada pela comunicação mediada por computador (CMC) que, segundo Carneiro (2012):

se dá por meio dos e-gêneros do ciberespaço, identificando as novas características assumidas pela escrita no formato da textualidade eletrônica, a qual se organiza em torno da hipertextualidade, multilinearidade, multimídia e da interatividade.

Assim, as práticas comunicativas na *web* adquirem características próprias, de modo que é possível admitir a existência dos gêneros textuais digitais modulados pelo universo eletrônico, capazes de desenvolver, por meio de uma linguagem comum, a interação entre campos sociais e tecnológicos.

### 3. GÊNEROS TEXTUAIS

Para pensar a produção textual em ambientes corporativos é necessário entender que a comunicação humana, tanto oral quanto escrita, não se dá meramente por palavras, mas por palavras que fazem sentido no entrecruzamento entre linguagem e situação de uso; portanto, a comunicação se dá por textos. E textos circulam empiricamente em regularidades formais que constituem gêneros.

Marcuschi (2008) propõe um amplo ponto de vista, com base no fato de que os gêneros textuais configuram organizações sócio-discursivas estritamente necessárias a qualquer situação comunicativa escrita ou verbal.

De acordo com Bakhtin (2003), a denominação de gêneros está baseada no fato de que “cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*.”

A relativização proposta por Bakhtin recebe apoio nas definições de gêneros textuais elaboradas por Marcuschi (2003). Assim, este autor é categórico ao afirmar que:

“Já se tornou trivial a ideia de que os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia.”

Portanto, a não vinculação dos gêneros textuais a aspectos formais, mas sim a aos fenômenos da vida cultural e social, propiciam uma adaptabilidade destes aos aspectos tecnológicos presentes na vida cotidiana. E esse fato foi preponderante para o surgimento dos gêneros virtuais e a penetração deles nos ambientes corporativos, alterando as formas comunicativas desses espaços.

#### 3.2. GÊNEROS VIRTUAIS

Como já dito anteriormente, a revolução tecnológica afetou os modos de comunicação social. Os textos que antes eram produzidos em papel e levavam alguns dias até chegarem ao destinatário, agora são instantaneamente enviados e recebidos. Sobre esse tema, Heine (2005) afirma:

A Internet veio inaugurar uma forma significativa de comunicação e de uso da linguagem através do surgimento dos gêneros virtuais, marcados pela fugacidade e volatilidade do texto, como no caso das salas de bate-papo,



onde as conversas entre duas ou mais pessoas acontecem em tempo real, de maneira síncrona, tornando então o texto fugaz; pela interatividade, já que permitem a interação entre o leitor e o texto [...]

A internet emerge como o principal suporte para a comunicação moderna, ela é agregadora e perene. Sobre esse fato, Marcuschi (2008) expõe: “Pessoalmente, trato a internet como um suporte que alberga e conduz gêneros dos mais diversos formatos. A internet contém todos os gêneros possíveis.”

Com o tempo e o desenvolvimento da internet, as formas textuais sofreram adaptações. O recado passou do pedaço de papel aos chats, a carta passou ao e-mail e o ensaio às redes sociais. De modo a ilustrar esse fato, Marcuschi (2004) lista os “gêneros textuais emergentes” em contraponto com os “gêneros já existentes”:

**Figura 2 – Tabela de Gêneros Textuais Emergentes**

| GÊNEROS EMERGENTES                             | GÊNEROS JÁ EXISTENTES                   |
|--|---|
| 1. E-mail                                      | Carta pessoal // bilhete //<br>correio  |
| 2. Chat em aberto                              | Conversações (em grupos abertos?)       |
| 3. Chat reservado                              | Conversações duais (casuais)            |
| 4. Chat ICQ (agendado)                         | Encontros pessoais (agendados?)         |
| 5. Chat em salas privadas                      | Conversações (fechadas?)                |
| 6. Entrevista com convidado                    | Entrevista com pessoa convidada         |
| 7. E-mail educacional<br><br>(aula Por e-mail) | Aulas por correspondência               |
| 8. Aula Chat (aulas virtuais)                  | Aulas presenciais                       |
| 9. Vídeo-conferência Interativa                | Reunião de grupo / conferência / debate |
| 10. Lista de discussão                         | Circulares / séries de circulares (???) |
| 11. Endereço eletrônico                        | Endereço postal                         |
| 12. Blog                                       | Diário pessoal, anotações, agendas      |

Disponível em: <http://www.uece.br/posla/dmdocuments/glendademesdacruz.pdf>

No sentido dessas transformações, o mundo corporativo, que sempre produziu cartas, ofícios e memorandos passou a utilizar o e-mail, as reuniões presenciais passaram a ocorrer por vídeo conferência, o *e-mail* para realizar a

comunicação nas empresas as discussões e os recados passaram aos *chats*.

Para a presente pesquisa a análise de dois desses “gêneros emergentes”, aqui também chamados de virtuais, são extremamente necessárias: os *chats* (reservados ou abertos) e o e-mail. Os *chats* são poderosos exemplos de comunicação mediada instantânea, e o *Whatsapp* emerge, no mundo atual, como seu principal expoente. Criado em 2009, com o intuito de promover a troca de mensagens instantâneas de texto, áudio e vídeo, o *Whatsapp* atingiu, em 2018, a marca de 1,5 bilhão<sup>2</sup> de usuários em todo o mundo.

Sobre o *e-mail* ou correio eletrônico, ferramenta que veio otimizar os processos de comunicação, o Manual da Presidência da República estabelece:

Como gênero textual, o *e-mail* pode ser considerado um documento oficial, assim como o ofício. (...) Como sistema de transmissão de mensagens eletrônicas, por seu baixo custo e celeridade, transformou-se na principal forma de envio e recebimento de documentos na administração pública.  
(BRASIL, 2018)

Muito se questiona sobre os níveis de formalidade empregados nos e-mails. O reconhecimento desse gênero como absolutamente formal pode causar dúvidas e isso, muito se deve ao caráter da oralidade possível de ser reproduzido nessas comunicações. Sobre esse tema, Cruz (2005) dispõe:

Percebemos que, apesar de ser escrito, o e-mail traz elementos da oralidade e da escrita informal, como o uso de abreviações, talvez por sua praticidade e velocidade, o que causa uma sensação de proximidade entre os interlocutores.

No entanto, é ilusório considerar o espaço virtual como totalmente informal, visto que ele pode agregar níveis distintos de formalidade e informalidade em seu conteúdo. Ainda, segundo Cruz (2005):

O contexto também determina a tendência à formalidade ou à informalidade com que é produzido. Assim sendo, é possível que um texto de e-mail, por exemplo, traga sua organização textual voltada tanto para a informalidade quanto para a formalidade.

Por ser capaz de agregar aspectos formais e informais em seu conteúdo, o e-mail consolidou-se como um importante meio de comunicação nos ambientes corporativos, inclusive, no cooperativismo financeiro, como será analisado a seguir.

### 3.3. O AMBIENTE CORPORATIVO DO COOPERATIVISMO FINANCEIRO E OS GÊNEROS TEXTUAIS

Regulamentadas nos termos do artigo 192 da Constituição Federal, pela Lei Complementar nº 130/2009, as cooperativas financeiras possuem grande representatividade no sistema financeiro nacional. Dados apresentados pelo Banco Central do Brasil apontam que, em abril de 2019, havia mais de 10,8 milhões de pessoas físicas e jurídicas associadas a cooperativas de crédito.

Para gerir todo esse quantitativo de associados, foi necessária uma estruturação sistêmica. Antônio Menezes (2005) descreve que “o sistema só é eficaz quando possibilita a execução normal de um projeto ou de um trabalho, dentro da qualidade requerida e ao menor custo possível”.

Assim, atualmente, o cooperativismo financeiro apresenta-se como um eficaz mecanismo verticalizado de três graus, classificados pela Lei nº 5764/1971 e descritos por Arruda (2016) como:

**1.Singulares (1º grau):** [...] são as constituídas pelo número mínimo de 20 (vinte) pessoas físicas [...] têm como característica a prestação direta de serviços aos associados. **2.Centrais (2º grau):** são as constituídas de, no mínimo 3 (três) cooperativas singulares e objetivam organizar, em comum e em maior escala, os serviços das econômicas e assistenciais de interesse das filiadas [...]. **3.Confederações (3º grau):** são as constituídas por pelo menos 3 (três) cooperativas centrais [...] e têm por objetivo orientar e coordenar as atividades das filiadas nos casos em que o vulto dos empreendimentos transcender o âmbito de capacidade de ou conveniência de atuação das centrais.

Além de tudo, existem os bancos cooperativos, que são os prestadores de serviços e produtos bancários, como cartões de crédito, poupança, cobrança bancária, aplicações, etc. às cooperativas financeiras.

Contabilidade, administrativo, *compliance*, gestão de pessoas, educação institucional, assessoria jurídica, área financeira, dentre muitas outras compõem o sistema corporativo do cooperativismo financeiro, que possui grande nível de complexidade estrutural quanto o de grandes bancos, empresas tecnológicas e da construção civil. Esse ambiente corporativo está integrado por pessoas e sistemas tecnológicos que trabalham diariamente de modo a fazer com que toda a engrenagem constituída em graus funcione gerando sempre os melhores resultados financeiros aos associados.

Tendo sido o ambiente corporativo de um grande sistema de cooperativas

financeiras (uma confederação, um banco cooperativo e uma central) o local escolhido para a realização da pesquisa objeto deste trabalho acadêmico, as informações coletadas e analisadas refletem a forma que os empregados dessas instituições lidam com os gêneros virtuais na escrita corporativa.

As três empresas focalizadas apresentam-se devidamente inseridas no contexto tecnológico atual: utilizam e-mails e chats corporativos; possuem (juntas) um sistema que propicia a automação dos processos e negócios para cooperativas ao redor do país; desenvolvem e mantêm aplicativos de ordem financeira, operacional e de entretenimento e promovem a capacitação de seus colaboradores por intermédio de uma soluções educacionais oferecidas por uma universidade corporativa.

Um dos cursos que integram a grade educacional dessa universidade é o curso de “Comunicação Empresarial”, que visa demonstrar aos funcionários a importância de se comunicar bem e de forma efetiva, tanto na escrita, quanto na oralidade, pois a imagem que a instituição projeta para a sociedade está intrínseca na sua forma de comunicar-se. Corroborando com a ideia de que a tecnologia já é parte integrante da comunicação empresarial, o referido curso apresenta um módulo dedicado à “Comunicação na Web”, conforme demonstrado nas imagens abaixo.

**Figura 3 – Tela do curso “Comunicação Empresarial”**



Fonte: Print de tela do curso “Comunicação Empresarial”, oferecido pelo sistema de cooperativas financeiras analisado.

**Figura 4 – Tela do curso “Comunicação Empresarial”**



Fonte: Print de tela do curso “Comunicação Empresarial”, oferecido pelo sistema de cooperativas financeiras analisado.

Na construção do conteúdo apresentado nas imagens, o facilitador utiliza afirmações categóricas acerca do uso do gênero textual e-mail como um documento oficial de comunicação. Além de validar o seu uso, o curso enfatiza características textuais de objetividade e assertividade.

A aceitabilidade do e-mail como um gênero oficial no sistema de cooperativas financeiras revela, segundo Marcuschi (2002), que esse sistema está inserido na *cultura eletrônica*, com uma nova economia da escrita. No entanto, uma questão emerge sobre esse tema: embora esteja organizacionalmente cristalizada e aceita a ideia da comunicação por e-mail para estabelecer a comunicação nas cooperativas financeiras, esse uso é efetivo ao ponto de abandonar o emprego dos gêneros tradicionais?

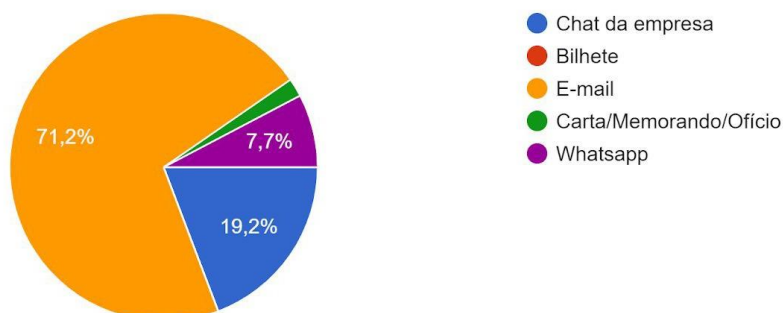
#### **4. ANÁLISE DOS DADOS**

A partir da análise dos modos como a comunicação deve se dar no contexto empresarial, serão apresentados os dados obtidos pela pesquisa realizada com 52 pessoas que trabalham em duas instituições que integram um importante sistema de cooperativas de crédito no Distrito Federal. Todas as informações gráficas disponíveis foram geradas pela ferramenta Google Formulários.

**Figura 5 – Questionário. Pergunta 1**

1. Em termos gerais, no seu trabalho, qual a forma de comunicação escrita mais utilizada por você?

52 respostas



Fonte: Questionário (Silva, 2019)

Os dados obtidos com a pergunta 1 revelam que 71,2% das pessoas que responderam ao questionário utilizam o e-mail como a principal forma de comunicação escrita no trabalho; o chat da empresa aparece em segundo lugar, com 19,2%; o *Whatsapp* em terceiro, com 7,7%; Carta/Memorando/Ofício, com 1,9% e o bilhete com 0% de utilização.

A preferência pelo e-mail, observada na pesquisa encontra justificativa na definição desse gênero por Heine (2005): “Os *e-mails* são assíncronos, mas possibilitam uma enorme rapidez na troca de informações [...] Representam uma transmutação dos bilhetes tradicionais, porém com características inovadoras”.

Muitas empresas recorrem a programas de computador que propiciam aos usuários a interação por chat. Quanto ao chat, também Heine (2005) expõe:

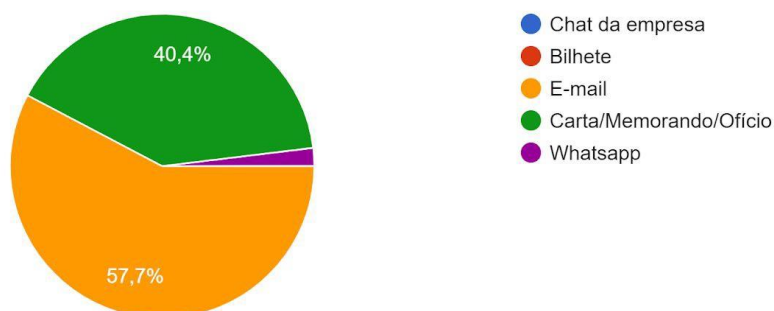
Os chats distinguem-se dos *e-mails* por serem síncronos e permitirem o diálogo, centrado basicamente na escrita (...) Também se caracterizam pela fugacidade do texto, que está em constante atualização, característica inovadora que permite uma nova forma de comunicação entre duas pessoas, através da centralidade na escrita.

Observa-se que as três opções mais utilizadas pelos colaboradores das cooperativas financeiras analisadas pertencem aos gêneros virtuais, o que retrata uma tendência de substituição dos gêneros escritos Carta/Memorando/Ofício. Fato já constatado por Palma (2004): “alguns gêneros produzidos tradicionalmente na esfera profissional sofreram forte impacto com aquilo a que podemos chamar de revolução tecnológica associada a uma mudança de visão empresarial”.

**Figura 6** – Questionário. Pergunta 2

2. Para solicitações formais, dirigidas aos seus superiores, qual o gênero textual escrito mais utilizado por você?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 2 revelam que 57,7% das pessoas que responderam ao questionário utilizam o gênero e-mail para realizar solicitações formais dirigidas aos seus superiores; 40,4% utilizam a carta, o memorando ou o ofício e 1,9% utilizam o *Whatsapp*. Chat da empresa e bilhete obtiveram 0%.

Ao definir que o e-mail é “um novo canal de mediação de gêneros já conhecidos, e deu origem um novo gênero que agrega características do memorando, do bilhete, da carta, da conversa face a face e da interação telefônica”, Paiva (2004) assume que existe um gênero virtual capaz de agregar características de vários outros já consagrados.

Por ser um gênero capaz de convergir características formais e informais em sua essência, cabe ao autor do texto a escolha por um ou por outro nível de formalidade. Cruz (2005) expõe que “predomina (no-email) a flexibilidade com que o interlocutor encara sua produção, faz suas escolhas e toma suas decisões”. Nas análises constata-se então que os funcionários do sistema de cooperativas financeiras conseguem, em sua maioria, distinguir e operar a formalidade no momento de redigir um e-mail.

No entanto, a diferença que marca o uso do e-mail, um gênero virtual, em detrimento da carta, memorando e ofício, gêneros tradicionais, é de pouco mais de 17 por cento, sendo grande ainda a quantidade de pessoas que afirmam utilizar os gêneros que têm meios o papel, para comunicações formais. De fato, a quantidade de folhas de papel circulando nessas empresas ainda é extremamente alta, considerando o fato de o computador interligado a uma intranet ser a principal ferramenta de trabalho dos entrevistados. Assim, processos que poderiam ser

totalmente virtuais, sem nenhum prejuízo à qualidade ou ao tempo de execução, demandam um suporte físico. O papel está alçado a um regime “fetichização”, no qual a sua importância é superestimada pelo simples fato de ser palpável.

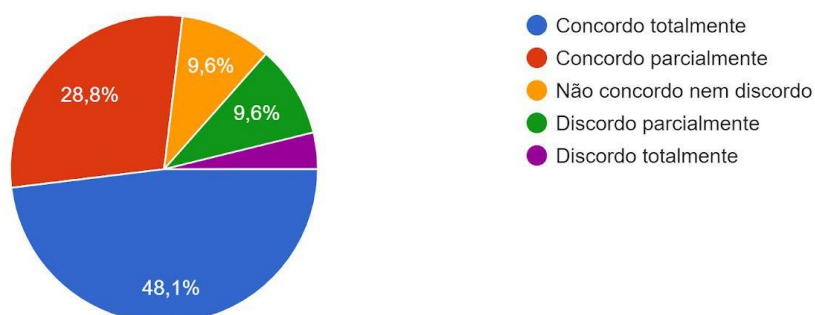
Outro fator importante a ser levado em consideração, é o comprometimento com a responsabilidade socioambiental assumida pelas instituições cooperativas de todo o mundo, no sétimo princípio fundamental da atividade cooperativa, o interesse pela comunidade. Conforme apresentado pelo Portal do Cooperativismo, na internet: “o interesse pela comunidade exige das cooperativas o apoio a projetos e soluções que sejam sustentáveis tanto do ponto de vista econômico (para a perpetuidade do próprio empreendimento), como sob a ótica social e ambiental”.

Afinal, possuir uma postura que preserve e favoreça o meio ambiente é um elemento crucial para o bem-estar das sociedades.

**Figura 7 –** Questionário. Pergunta 3

3. Se a ferramenta e-mail deixasse de existir, o trabalho desempenhado por você na empresa ficaria mais difícil. A respeito da afirmação:

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 3 revelam que 48,1% das pessoas que responderam ao questionário concordam totalmente com a afirmação: Se a ferramenta e-mail deixasse de existir, o trabalho desempenhado por você na empresa ficaria mais difícil; 28% concordam parcialmente; 9,6% não concordam nem discordam; 9,6% discordam parcialmente e 3,8% discordam totalmente 76,9%.

No contexto em que a internet se configura como uma mídia agregadora, fica evidente, neste ponto, a necessidade imposta pela tecnologia no que diz respeito ao desenvolvimento do trabalho das pessoas nas cooperativas financeiras. Caso a ferramenta e-mail (não o gênero textual) deixasse de existir, muitos teriam que passar a utilizar os métodos tradicionais de comunicação.



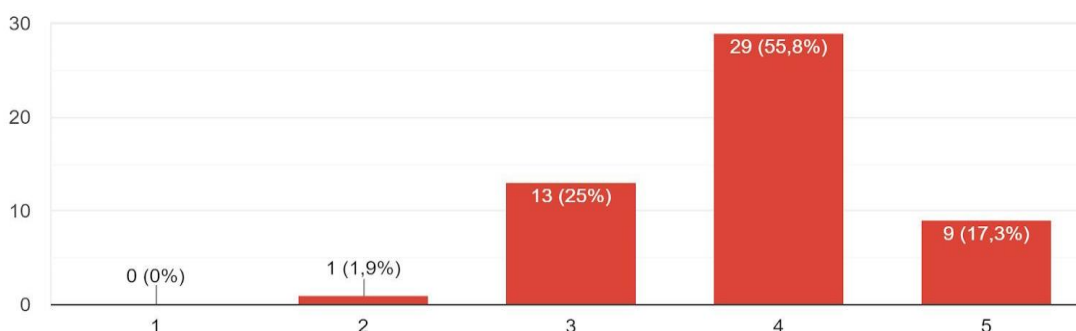
Fato é que esses métodos, por serem físicos e não apresentam a agilidade nem e a maleabilidade dos métodos virtuais, podem tornar os processos mais morosos, instituindo quase uma “volta ao passado”, o que parece ser negativo para a maioria dos que responderam ao questionário.

A questão aqui emerge ao se analisar a dependência que a tecnologia causa nos indivíduos, ao ponto de ser mais difícil não trabalhar com o auxílio de ferramentas tecnológicas. Sobre os impactos da tecnologia no contexto social, Stutz e Castilho expõem: “Marsusch (2008) relata que é notório que o impacto das tecnologias digitais na vida contemporânea está apenas se fazendo sentir, mas já mostrou com força suficiente que tem enorme poder tanto para construir como para devastar.”

**Figura 8 –** Questionário. Pergunta 4

4. Qual o nível de formalidade empregado por você nos e-mails corporativos que encaminha diariamente?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 4 revelam que o nível de formalidade empregado pelos que responderam ao questionário nos e-mails corporativos encaminhados diariamente foi de 55,8% para o nível 4, 25% para o nível 3, 17,3% para o nível 5 e 0% para o nível 1.

Aqui, a formalidade atinge altos níveis nos e-mails corporativos. Esse fato revela a aceitabilidade do e-mail como gênero textual formal, capaz de estabelecer uma comunicação dentro dos padrões esperados pelo contexto.

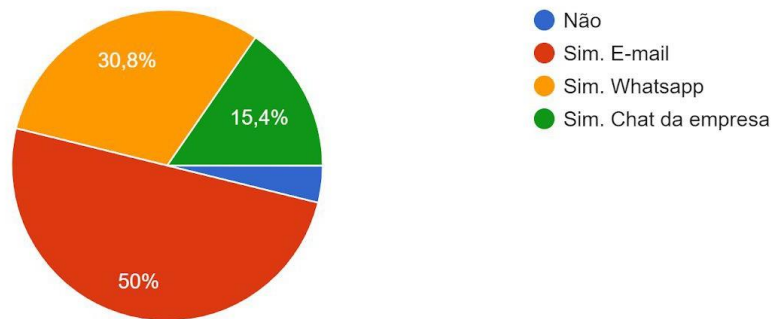
Conforme definição pelo Manual de Redação da Presidência da República, a obrigatoriedade de padronização (total formalidade ou informalidade) nos e-mails não existe: “Um dos atrativos de comunicação por correio eletrônico é sua flexibilidade. Assim, não interessa definir padronização da mensagem comunicada.” A partir dessa constatação, mais uma vez, a capacidade de seleção do nível de formalidade, pelo emissor da mensagem, será o fator preponderante para que a comunicação seja

estabelecida conforme o contexto situacional.

**Figura 9** – Questionário. Pergunta 5

5. Em sua opinião, atualmente, há outros recursos comunicativos eficazes na comunicação empresarial escrita além da carta/memorando/ofício?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 5 revelam que, para a maioria, existem outros os recursos comunicativos mais eficazes na comunicação empresarial escrita, além da carta/memorando/ofício: 50% consideram o e-mail; 30,8% consideram o *Whatsapp*; 15,4% consideram o chat da empresa. 3,8% não consideram haver outros recursos comunicativos eficazes.

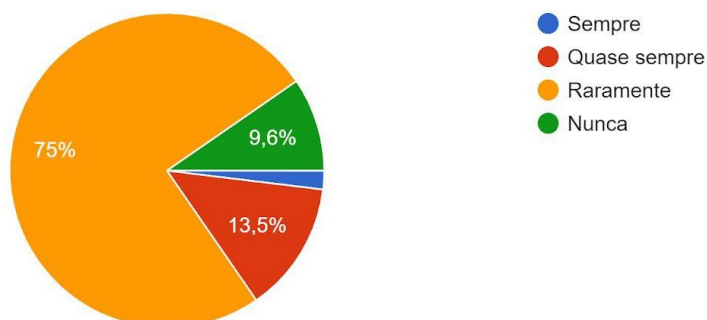
É sabido que a carta, o memorando e o ofício são gêneros inerentes à comunicação corporativa. E, há pouco tempo, eram, os gêneros mais utilizados e também os “modelos textuais representativos de uma organização institucional pautada numa estrutura hierárquica.” (Palma, 2004).

O que ocorre é que as empresas modernas estão passando por um período de horizontalização de suas estruturas, o engessamento hierárquico tem sido descontinuado “A empresa contemporânea prima pela agilidade, eficácia e qualidade de serviços e produtos” (Palma, 2004), refletindo até mesmo no modo de produzir textos escritos nas instituições. O e-mail desponta assim como um importante agente de desburocratização.

**Figura 10** – Questionário. Pergunta 6

6. Com qual frequência, em aplicativos como o Whatsapp, você substitui mensagens de texto por mensagens de áudio?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 6 revelam que 75% das pessoas que responderam ao questionário raramente substituem mensagens de texto por mensagens de áudio; 13,5% quase sempre; 9,6% nunca e 1,9% sempre.

O envio de áudio é um dos recursos da ferramenta multimodal *Whatsapp*. A partir desse recurso, o emissor pode gravar uma mensagem de voz e encaminhá-la ao seu receptor. Sobre a característica da multimodalidade na ferramenta, Fonte & Caiado, 2014 apresentam:

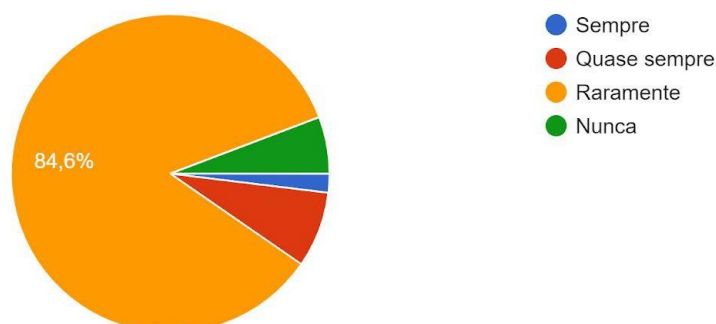
Podemos encontrar na interação via *WhatsApp* diversos gêneros discursivos, que variam quanto ao estilo, ao formato e ao conteúdo. Esses gêneros podem permear práticas discursivas formais ou informais. Essas práticas multimodais integram palavras, sons, imagens e movimentos, sincronicamente, em um meio caracterizado por noções de multilinearidade (...)

O fato de 15,4% terem respondido substituir as mensagens escritas por mensagens de áudio “sempre” e “quase sempre” demonstra que essas pessoas prezam pela facilidade e economicidade, características inerentes a esse recurso. A digitação de um texto é mais longa do que a sua oralização, se o teclado utilizado for o de um smartphone, o tempo de digitação aumenta devido ao uso de uma menor quantidade de dedos na tarefa.

**Figura 11** – Questionário. Pergunta 7

7. Fora de seu ambiente de trabalho, com qual frequência você utiliza a ferramenta e-mail como forma de comunicação?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 7 demonstram que 84,6% das pessoas que responderam ao questionário raramente utilizam a ferramenta e-mail como forma de comunicação fora do ambiente de trabalho. No entanto, 7,7% quase sempre a utilizam, 5,8% nunca a utilizam e 1,9% sempre se valem da ferramenta e-mail para comunicar-se.

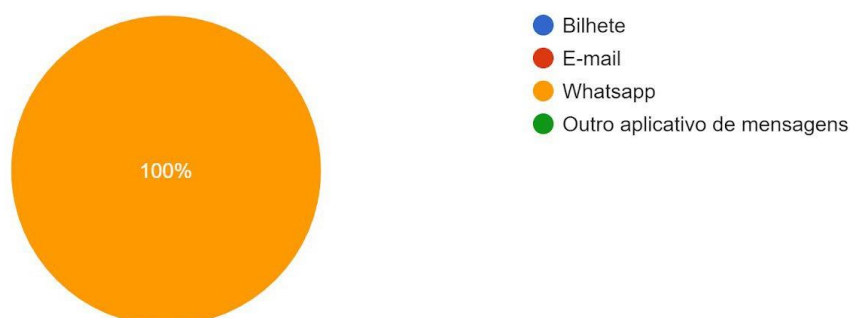
Esse fato reflete uma tendência constatada pelo IBGE em 2018. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística demonstram que o percentual de indivíduos que entraram na rede para “enviar e receber *e-mail*” recuou, de 2016 (69,3%) para 2017 (66,1%).

Assim, entendemos que os hábitos e o estilo de vida dos indivíduos foram alterados pelas novas formas de comunicação. A esse respeito, Xavier (2005) afirma: “Ser letrado digital pressupõe assumir mudanças nos modos de ler e escrever os códigos e sinais verbais e não-verbais.”

**Figura 12** – Questionário. Pergunta 8

8. Fora de seu ambiente de trabalho, qual a forma de comunicação escrita mais utilizada por você?

52 respostas



Os dados obtidos com a pergunta 8 demonstram que 100% das pessoas que responderam ao questionário utilizam o *Whatsapp* como forma de comunicação fora do ambiente de trabalho.

A unanimidade demonstra a capilaridade desse aplicativo. Pessoas de diferentes idades estão conectadas a esse meio de comunicação digital e alçando-o ao status de aplicativo mais baixado no mundo, segundo dados da *Nielsen*, agência norte-americana de estudos com consumidores.

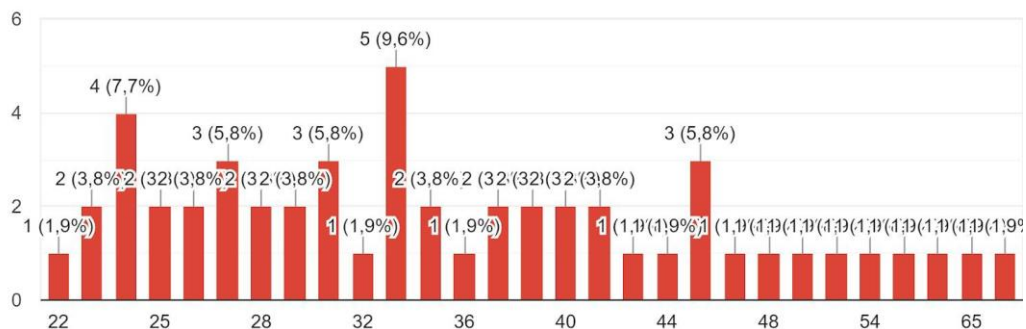
Dados da PNAD Contínua, divulgados pelo IBGE demonstram que 94,6% das pessoas que utilizaram a internet em *smartphones*, o fizeram para trocar mensagens de texto, de voz ou imagens por aplicativos diferentes de e-mail. Esse fato reflete o quanto o *Whatsapp* está presente como meio comunicativo na sociedade atual.

Ao sustentar características de ser um aplicativo multimodal, se torna necessário frente aos desafios impostos pela cultura digital, que envolvem práticas diferenciadas de leitura e escrita na tela (Fonte & Caiado, 2014).

**Figura 13 – Questionário. Pergunta sobre idade**

## Idade

52 respostas



O questionamento sobre a idade dos participantes revelou uma grande variação, de 22 a 66 anos, com maioria não expressiva (5 pessoas) com 34 anos.

Todos os dados analisados têm como base as respostas das pessoas com idades descritas no item 8. Esse fato nos permite perceber que pessoas das mais diferentes idades utilizam amplamente os recursos comunicativos tecnológicos para estabelecer relações comunicativas, na sociedade no trabalho.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O recente fenômeno do advento da tecnologia provocou profundas e permanentes mudanças nos modos de comunicação humana. Dentro do período da revolução tecnológica, o computador reinou absoluto por algum tempo, mas hoje vê seu espaço ser substituído pelos *smartphones*, capazes de congregarem todos os recursos de um *Personal Computer (PC)*, na palma da mão, propiciando maior agilidade e conforto. Já na comunicação corporativa, o e-mail atuou como precursor e hoje subsiste ao lado do *Whatsapp*, aplicativo que perpassa as paredes das instituições.

Foi possível perceber que os indivíduos trabalhadores do sistema de cooperativas financeiras no Distrito Federal estão plenamente inseridos no mundo virtual e utilizam, o *Whatsapp* como sua principal fonte de comunicação fora do trabalho.

No mundo atual, não é possível pensar na existência de empresas, de quaisquer nichos, que não possuam conexões com o mundo digital, pois os aplicativos e recursos proporcionados pela internet são o principal canal de comunicação da atualidade, e também o serão no futuro.

No sentido de estar acompanhando o desenvolvimento do mundo moderno, apesar de complexo e com especificidades de funcionamento, o sistema de cooperativas financeiras não passou imune às transformações digitais, estando configurado como um sistema aberto aos recursos tecnológicos, que busca promover a popularidade do *e-mail*, por intermédio da educação corporativa e tem boa aceitabilidade ao *Whatsapp* como meio de realizar a comunicação corporativa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.261-306.

BRASIL, Presidência da República. *Manual de Redação da Presidência da República*. 3. ed, ver. e atual. Brasília: Presidência da República, 2018.

CRYSTAL, David. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

FORBES, Forbes. 10 aplicativos mais baixados no mundo. **Forbes**, [S. l.], p. 1-1, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/fotos/2016/06/10-aplicativos-mais-baixados-no-mundo/>. Acesso em: 15 jul. 2019.

JARDIM, Fernando de Moraes. **Treinamento Avançado em Redes Wireless**. São Paulo: Digerati Books, 2007. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=tIFDmbiYqY8C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=tIFDmbiYqY8C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 3 jul. 2019.

MAGNABOSCO, Gislaine Gracia. Hipertexto e gêneros digitais: modificações no ler e escrever?. **Conjectura**, [S. l.], maio/ago 2009. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/%20conjectura/article/viewFile/14/13>. Acesso em: 12 jul. 2019.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais & Ensino. Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

\_\_\_\_\_. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

\_\_\_\_\_. **Gêneros Textuais: Definição e funcionalidade**. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/133018/mod\\_resource/content/3/Art\\_Marcus\\_chi\\_G%C3%AAneros\\_textuais\\_defini%C3%A7%C3%B5es\\_funcionalidade.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/133018/mod_resource/content/3/Art_Marcus_chi_G%C3%AAneros_textuais_defini%C3%A7%C3%B5es_funcionalidade.pdf). Acesso: 13 de jul. 2019.

MENDES, Conrado Moreira. A PESQUISA ONLINE: potencialidades da pesquisa qualitativa no ambiente virtual. **Hipertextus**, [S. l.], jan 2009. Disponível em: <http://www.hipertextus.net/volume2/Conrado-Moreira-MENDES.pdf>. Acesso em: 1 jul.

2019

MORAES, Dirce Aparecida Foletto de; SANTOS, Adriana Regina de Jesus; OLIVEIRA, Diene Eire Mello Bortotti de. APRENDIZAGEM COLABORATIVA NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: DESVELANDO POSSIBILIDADES COM O USO DA FERRAMENTA GOOGLE DRIVE. **Revista Tecnologias na Educação**, [S. l.], julho 2014. Disponível em: <http://tecedu.pro.br/wp-content/uploads/2015/07/Art2-ano6-vol10-julho2014.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2019

PAIVA, Vera L. M. O. E-mail: um novo gênero textual. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). **Hipertextos e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

PALMA, Cilda Magaly de Lucena. **OS GÊNEROS TEXTUAIS NA ATIVIDADE EMPRESARIAL DA ERA DIGITAL**. 2004. Dissertação (Mestrado em Linguística) - UFPE, Recife, 2004. Disponível em: [https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/7952/1/arquivo8263\\_1.pdf](https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/7952/1/arquivo8263_1.pdf). Acesso em: 10 jul. 2019.

PINHEIRO, Marcos Antonio Henriques. **Cooperativas de Crédito História da evolução normativa no Brasil**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2008. Disponível em: [https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/livro\\_cooperativas\\_credito.pdf](https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/livro_cooperativas_credito.pdf). Acesso em: 1 jul. 2019.

TUZZO, Simone Antoniaci. O PROCESSO DE TRIANGULAÇÃO DA PESQUISA QUALITATIVA: O METAFENÔMENO COMO GÊNESE. **Revista Pesquisa Qualitativa**, São Paulo, ago 2016. Disponível em: <https://editora.sepq.org.br/index.php/rpq/article/view/38/31>. Acesso em: 12 jul. 2019.