

Linguagem e Cultura – Aspectos da Formação de Gestores em Comunicação Organizacional¹

Prof.a Dra. Maria José Guerra² (Universidade Cruzeiro do Sul)

Resumo:

Neste trabalho analisaremos as relações entre o campo da linguagem e o campo da comunicação organizacional. Traçaremos, de forma panorâmica, como o percurso das idéias lingüísticas pode auxiliar a compreensão da cultura e da comunicação organizacional e de que forma é possível estabelecer relações conceituais entre a Teoria da Linguagem e os estudos de Ciências Sociais Aplicadas que embasam a formação de gestores em comunicação e as pesquisas sobre as corporações.

Palavras-chave: comunicação empresarial; língua, linguagem; cultura.

A formação de gestores dos processos de comunicação organizacional exige cada vez mais uma visão abrangente e interdisciplinar. Não há mais lugar para a fragmentação de concepções e abordagens que levam a um enfoque das interações sociais como um mosaico de reflexões que, em nome da especificidade e do aprofundamento das análises, perdem de vista a complexidade da vida cotidiana.

Trata-se de uma fragmentação relacionada intrinsecamente a duas questões discutidas amplamente por Edgar Morin na obra *A Cabeça Bem-Feita* (2000): o desafio da complexidade (13-7) e a questão da hiperespecialização (105-7). O desenvolvimento que adquire o mundo do capital, com uma produção de informações cada vez mais reprodutíveis e voláteis, entrelaçando e homogenizando ambientes culturais diversos, tornam as organizações um objeto complexo – um mosaico de múltiplas determinações – cujos instrumentos de análise e gestão geram uma concepção metodológica baseada em uma especialização cada vez maior, fragmentando processos que, na realidade, compõem um todo de inter-relações.

¹ Trabalho apresentado ao NP 05 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Pós-doutoranda na área de Relações Públicas e Comunicação Organizacional (ECA/USP); Doutora em Semiótica e Lingüística Geral (FFLHC/USP); pesquisadora do Grupo de Estudos Semióticos (FFLCH/USP) e pesquisadora e docente na área de Comunicação Social na Universidade Cruzeiro do Sul.

Endereço eletrônico: majogue@uol.com.br

Entretanto, a partir de meados dos anos cinquenta, as pesquisas já demonstram que é insuficiente analisar as interações sociais no interior das organizações de maneira segmentada e que apenas a busca de resultados imediatos baseados no empirismo não são suficientes para dar conta da compreensão da complexidade constitutiva da vida corporativa.

Inicialmente as propostas apresentavam somente uma justaposição de técnicas isoladas, estavam limitadas a uma soma de análises que procuram compor um todo a partir da soma das partes. Assim os campos da comunicação, da cultura, da linguagem e da gestão empresarial surgem como partes que devem ser somadas para a constituição de um todo, formando um mosaico de abordagens aparentemente isentas de conflitos e antagonismos, mas que, no cotidiano das organizações, revelavam situações nas quais o gestor se deparava com situações difíceis e levam a gastos excessivos para soluções apenas paliativas.

Felizmente, a partir do novo milênio esta concepção começa a ser alterada. Comunicação, cultura e linguagem passam a ser vistas como variáveis interdependentes de uma mesma relação. Não é mais possível uma abordagem isolada desses fatores na moderna gestão empresarial.

Neste trabalho damos prosseguimentos à nossa pesquisa, cujos resultados parciais já foram tema de nossa comunicação em congressos anteriores. Avançamos agora aprofundando as relações entre o campo da linguagem e o campo da comunicação organizacional. Traçaremos, de forma panorâmica, como o percurso das idéias lingüísticas pode auxiliar a compreensão da cultura e comunicação organizacional e de que forma é possível estabelecer relações conceituais entre a Teoria da Linguagem e os estudos de Ciências Sociais Aplicadas que embasam as pesquisas sobre as corporações. Dessa forma, pretendemos contribuir para que os processos de gestão em comunicação empresarial possam ser compreendidos de forma mais abrangente, deixando de lado uma visão fragmentada e atrofiada desses processos.

1. A língua, a linguagem, a cultura e as organizações.

Língua, linguagem e cultura são conceitos distintos que se implicam mutuamente. Há várias concepções para língua e linguagem, dependo da base epistemológica que se adote; porém, se deixarmos de lado a metalinguagem própria de cada uma das teorias,

observaremos que há vários pontos de convergência entre essas diversas abordagens e que, guardados os devidos cuidados que devem ser obedecidos de acordo com os preceitos da metodologia científica, encontraremos conceitos e modelos, na maioria das vezes não excludentes, que auxiliam a apreensão, análise e interpretação dos processos comunicacionais e da cultura nas organizações.

Os estudos sobre a linguagem oferecem uma base preciosa para que possamos dar conta não apenas da compreensão da cultura e comunicação empresarial, mas da gênese de muitas abordagens que estão presentes nos modernos estudos sobre o tema, algumas delas com objetivos que pretendem avançar no sentido de uma visão menos instrumental e mais analítica, recuperando preceitos também menos voltados à razão instrumental e aliados a uma óptica ligada à dimensão histórica do conhecimento e à difícil constituição das relações entre o objetivo e o subjetivo (Cf: Chauí, 2001).

2. As bases no pensamento clássico – a razão e o pensamento.

Começamos pelos primeiros estudos ocidentais sobre a linguagem com os gregos. Toma-se oportuno, desde o início, precisarmos que o pensamento clássico compreendia a razão como a própria constituição do pensamento lógico – o *logos*, o discurso; lembrando que a racionalidade como forma de dominação e como forma de previsibilidade, de acordo com Adorno e Horkheimer (1975), é uma decorrência da retomada da razão nos moldes propostos pelo Iluminismo, portanto, diferente da razão no mundo grego-romano.

Para os clássicos, a língua é compreendida como formalização do pensamento racional e estes dividiam as reflexões sobre o tema em dois campos: a retórica e o domínio da lógica filosófica. A primeira cuidando do discurso que se cumpre pela eficácia; e a segunda, abarcando o que viria a se constituir mais tarde como gramática tradicional.

Temos aí questões como a denominação em Platão e as categorias aristotélicas que embasaram os estudos gramaticais durante séculos, embora os gregos ainda não considerassem a gramática como disciplina.

Mais tarde, já no século XVII, sem os limites impostos pela fé na Idade Média e à luz do pensamento cartesiano, temos a constituição de uma gramática como método - a

Gramática de Port-Royal – a *Grammaire Générale e Raisonnée* de Arnauld e Lancelot - relacionada à idéia grega de língua como expressão da razão:

... tendo os homens necessidades de signos para exteriorizar tudo o que se passa em seu espírito, é indispensável que a distinção mais geral seja que uns signifiquem os objetos dos pensamentos e outros a forma e o modo de nossos pensamentos... (Arnauld e Lancelot, 1992,29)

Percebemos, desde os estudos fundadores, proposições e conceitos fundamentais para uma análise consistente sobre linguagem nas organizações. Algumas dessas proposições merecerem ser destacadas; sublinharemos aqui dois pontos relevantes, o primeiro referente à própria concepção de língua como expressão do pensamento – idéias essa resgatada por Noam Chomsky em *Linguagem e Pensamento* (1975). Na comunicação e na cultura corporativa cabe à língua que é falada no cotidiano das organizações o papel de formalizar – dar forma – aos valores, crenças, objetivos, metas, enfim tudo aquilo que perpassa a consciência racional daqueles que fazem o dia-a-dia da empresa. Assim, a língua faz muito mais do que circular informações, mas, é ela própria que atualiza e concretiza a existência racional da empresa.

O segundo ponto a ser sublinhado está relacionado às categorias aristotéticas. Essas categorias, mais adiante, vieram a constituir a distinção gramatical entre nomes e verbos e entre modalidades do ser e do fazer (Cf: Benveniste, 1976, 68-94). É preciso notar que aquilo que muitas vezes é utilizado em Administração de Recursos Humanos - gerando reflexos nos aspectos relativos à cultura organizacional - como habilidades e competências, se submetido a uma análise mais minuciosa, pode ser configurado a partir das modalidades e, conseqüentemente, a partir das antigas categorias de Aristóteles subjacentes à estrutura gramatical da linguagem. Uma determinada habilidade – uma modalidade do fazer - pressupõe uma determinada competência – uma modalidade de estado, do ser – e isto está inscrito na língua, configurado por uma estrutura gramatical internalizada que permite a expressão inteligível do pensamento racional.

Cabe notar brevemente aqui que as noções de competência e habilidade encontram também relações nas teorias lingüísticas contemporâneas. Há pelo menos duas teorias que, embora de maneiras diversas, abordam conceitos que podem aprofundar, de modo consistente, os fundamentos teóricos sobre habilidade e

competências; são elas: a Gramática Gerativa de Noam Chomsky, com os conceitos de competência e performance; e a Semiótica Discursiva.

Há, de volta aos modelos clássicos, várias possibilidades de análises que podem ser elaboradas a partir das concepções fundadoras dos estudos lingüísticos que deixam claro, desde já, que se estudada com a devida profundidade, a língua é muito mais do que um instrumento na comunicação empresarial, algo que vai além de uma ferramenta de trabalho; pois, é ela própria quem consolida as relações lógicas do pensamento subjacente ao fazer cotidiano das corporações.

É necessário lembrar ainda, com relação ao pensamento clássico, as questões ligadas à retórica. Estas ficaram duram um bom tempo esquecidas e foram sendo recuperadas a partir da segunda metade do século XX com estudos de vulto de autores como Tzvetan Todorov, Umberto Eco, Heinrich Lausberg, Chaim Perelman, Roland Barthes e outros preocupados em resgatar as contribuições clássicas à Análise do Discurso, especialmente aquelas referentes às relações de persuasão e convencimento. Tanto a retórica clássica quanto a chamada nova retórica trazem aspectos imprescindíveis para a abordagem da comunicação corporativa.

A retórica clássica define alguns conceitos que são de extrema importância para a compreensão dos processos comunicacionais nas organizações. Há, segundo os clássicos, a criação de um *ethos* e de um *pathos* por um *logos*, este, o próprio discurso. O *ethos*, de acordo com Aristóteles, não remete à dimensão real do orador, mas à imagem discursiva que este orador constrói de si mesmo. O *pathos* está relacionado à imagem discursiva que o enunciador faz do auditório. A harmonia entre *pathos* e *ethos*, a própria incorporação do *pathos* no *ethos*, determina a eficácia discursiva. Assim, o discurso comporta marcas da relação entre o *pathos* e o *ethos*, cabendo a análise discursiva desvendar e traçar caminhos que indiquem qual a forma mais adequada, mais harmoniosa, para se estabelecer as relações entre *pathos* e *ethos*.

Nota-se, então, que os mecanismos de comunicação organizacional - falando hoje em pesquisas de opinião do público interno, endomarketing e outras técnicas em moda e muitas vezes de caráter extremamente quantitativo - podem, de forma mais incisiva, recorrer à retórica como forma de harmonizar as relações entre atores - os porta-vozes da corporação - e públicos. É no discurso e pelo discurso que se constroem relações

corporativas e que se constitui a identidade corporativa de atores - o *ethos* - e públicos - o *pathos*. É preciso uma análise e uma interpretação mais fina dessas relações entre o *pathos* e o *ethos* para que se possa, por meio das construções discursivas, chegar a um bom termo na interação entre os públicos nas organizações.

Nessas poucas considerações sobre os fundamentos clássicos dos estudos da linguagem, podemos observar que as bases estão lançadas. As tendências contemporâneas na lingüística e na análise do discurso fazem avançar o que foi lançado no pensamento clássico; e, mesmo contando com as novas dimensões impostas pela perspectiva saussuriana – língua como comunicação – e pela perspectiva pragmática - língua como ato de linguagem –, não se pode deixar de lado esses fundamentos propostos pelo mundo clássico. Isto nos faz lembrar que o saber em Ciências Humanas e Sociais exige um certo cuidado no que se refere a ser taxado de ultrapassado. Os novos meios de comunicação eletrônicos, a velocidade e volatidade da informações muitas vezes nos iludem fazendo-nos confundir informação e conhecimento. A presença dos fundamentos clássicos nos estudos contemporâneos sobre a linguagem dão-nos um alerta sobre essas questões.

3. Língua, cultura e sociedade.

A perspectiva de língua como expressão e formalização do pensamento racional vai se alterada pelo Mestre de Genebra, Ferdinand Saussure que, ao definir a língua como fato social – com forte influência de Émile Durkheim - situa a dimensão linguageira no seio das relações sociais e como fundadora do próprio convívio social:

Mas o que é a língua? Para nós ela não se confunde coma linguagem; é somente uma parte determinada, essencial dela, indubitavelmente. É, ao mesmo tempo, um produto social da faculdade da linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos. (CLG, 975, 17)

Saussure destaca o papel da língua como comunicação – “o exercício dessa faculdade nos indivíduos”. Temos aí, inicialmente, uma distinção decisiva: a linguagem como uma faculdade humana e a língua como um exercício social dessa faculdade dos homens. Vários autores seguem esta perspectiva e nos falam dessa faculdade humana. Destacaremos aqui alguns deles que nos ajudam a perceber essa dimensão que a linguagem comporta nas questões do homem.

Um importante autor a ser destacado é Émile Benveniste (1976). Na obra *Problemas de Lingüística Geral*, Benveniste segue a mesma distinção saussuriana, relativa à linguagem como faculdade universal que se realiza nas línguas, “sempre particulares e variáveis” (1976, 20) e ressalta duas propriedades essenciais da linguagem. A primeira referente à função modelizante da linguagem, isto é, a propriedade da linguagem que a faz produzir e reproduzir a realidade por meio da capacidade simbólica; e a segunda, como comunicação intersubjetiva:

A linguagem reproduz a realidade. Isto deve entender-se da maneira mais literal: a realidade é produzida novamente por intermédio da linguagem. Aquele que fal faz renascer pelo seu discurso o acontecimento e a sua experiência do acontecimento. Aquele que ouve apreende primeiro o discurso e através desse discurso, o acontecimento reproduzido. Assim a situação inerente ao exercício da linguagem, que é a da troca e do diálogo, confere ao ato de discurso dupla função: para o locutor, representa a realidade; para o ouvinte, recria a realidade. Isso faz da linguagem o própria constituição da comunicação intersubjetiva. (1976, 26)

Analisaremos primeiro a propriedade referente à função modelizante da linguagem. Levar em conta essa propriedade é uma questão obrigatória nos estudos de comunicação e cultura organizacional. Há vários trabalhos que se limitam a tratar da língua e da linguagem nas organizações de forma atrofiada porque vêem o problema apenas referente à eficácia com que a mensagem é emitida pelo emissor e de que forma chega ao receptor livre de ruídos. Isto é somente um aspecto da questão. Ainda de acordo com Benveniste, “a linguagem reproduz o mundo, mas submete-o à sua própria organização” (1976, 26). É mais uma vez necessário compreender que é na linguagem e pela linguagem que se constitui a realidade corporativa, realidade essa que se concretiza como cultura de forma a direcionar e mapear o cotidiano das organizações.

Esse poder modelizante e constitutivo da linguagem está presente também em um outro autor responsável por firmar os laços entre Lingüística e Antropologia. Trata-se de Edward Sapir, lingüista norte-americano de origem alemã, do início do século passado. Sapir começa seus estudos como discípulo de Frans Boas na etnografia e na etnolingüística e leva consigo a visão que compreende a língua como recorte cultural.

Junto com Whorf formula a hipótese de Sapir-Whorf:

os seres humanos não vivem no mundo objetivo sozinhos, nem sozinhos no mundo da atividade social, nós estamos em todo o nosso pensamento e para sempre, à mercê da língua determinada que se tornou o meio de expressão para a nossa sociedade, porque só podemos ver, ouvir e experimentar em termos das categorias e distinções codificadas na linguagem. As categorias e distinções codificadas em um sistema lingüístico são exclusivos àqueles

sistema e incomparáveis aos outros sistemas. É completamente ilusório imaginar um ajuste à realidade sem o uso da língua e que a língua é meramente um meio de resolver problemas específicos de comunicação e reflexão. O fato é que o “mundo real” é construída pelos fatos da língua. (Sapir-Whorf, apud Lyons, 1987, 276).

Há aqui uma importante relação com a Antropologia. Na visão de Sapir-Whorf - e mais tarde retomada por Roman Jakobson (Cf: Jakobson, 1972) - língua e cultura são pontos de vista complementares e intrinsecamente ligados. Isto está presente nas Ciências Humanas e Sociais desde os estudos de Sapir na década de vinte até os modernos estudos da antropologia simbólica e as questões de cultura das organizações.

O homem sempre soube do poder fundador da linguagem, que é capaz de criar uma realidade e dar vida a essa criação: essa é a capacidade simbólica. Cultura e linguagem são ambas fruto de capacidade de construção simbólica e ambas são legítima e unicamente propriedades do ser humano. Clifford Geertz, antropólogo norte-americano contemporâneo nos esclarece sobre questão dessa capacidade simbólica:

Para obter a informação adicional necessária no sentido de agir, fomos forçados a depender cada vez mais de fontes culturais – fundo acumulado de símbolos significantes. Tais símbolos são, portanto, não apenas simples expressões, instrumentalidade ou relatos de nossa existência biológica, psicológica e social: eles são seus pré-requisitos. (1989, 61)

O “fundo acumulado de símbolos significantes” a que Geertz se refere indica essa capacidade simbólica subjacente às funções conceituais, esse poder de construir representações que se confunde com o próprio pensamento. Trata-se de um poder de evocar objetos ausentes no tempo e no espaço, de operacionalizar sobre essas ausências. Desse modo, a metamorfose simbólica dos elementos da realidade e da experiência é um processo que se identifica com a própria construção da realidade corporativa, com a própria habilidade do homem em formular conceitos e submeter a condição humana à racionalidade – processo tão caro na gestão empresarial do mundo globalizado.

Nessa perspectiva, temos a antropologia simbólica, na qual se insere Clifford Geertz, propondo a cultura como esse “fundo acumulado de símbolos significantes” que percorre e alicerça a conduta humana. Do ponto de vista da linguagem, esse alicerce simbólico pode ser compreendido como um macrotexto, cuja interdiscursividade compõe uma teia que percorre o modo de ser e agir de uma dada sociedade. É precisamente nesses termos que propomos as balizas conceituais para a análise da comunicação e

cultura corporativa. Toda organização formula um arcabouço de construções simbólicas que permeia o modo de ser e agir do cotidiano corporativo.

A segunda propriedade frisada por Émile Benveniste é da língua como aspecto constitutivo da comunicação intersubjetiva. Neste ponto é essencial ressaltar as contribuições de Mikhail Bakhtin (1988), autor que crava a perspectiva intersubjetiva no interior na história. Essa talvez seja uma das contribuições mais oportunas para a cultura e comunicação organizacional, já que, imbuídas de propósitos imediatistas, visando sempre metas e resultados, as organizações têm muitas vezes se esquecido que não basta contribuir para propostas do Terceiro Setor como forma de camuflar estratégias de marketing, mas é preciso dimensionar um papel maior: o histórico.

Bakhtin propõe que o signo reflete e refrata a realidade material; isto é, a realidade objetiva é convertida em signos e passa a refratar uma outra realidade, a realidade histórica e ideológica. O signo, ao refratar, desvia, mascara, impregnando a linguagem de um sistema de valores. Bakhtin estabelece que a língua em si não é nem ideológica nem história, mas é seu caráter semiótico, seu caráter sógnico e discursivo que a faz comportar toda a carga ideológica de seu momento histórico. Assim, a língua se constitui em discurso. O discurso como o lugar de encontro entre as estruturas lingüísticas e as estruturas históricas. A sociedade forma um universo discursivo capaz de refratar, desviar de modo a marcar ideologicamente a comunicação intersubjetiva.

É exatamente esse ponto de vista que deve ser tomado na perspectiva da comunicação empresarial. A linguagem, a comunicação, o discurso nas organizações nunca é inocente. Há sempre a ideologia do mundo globalizado, os valores do sistema neoliberal, muito mais do que aqueles transcritos quando gerentes adeptos à gestão estratégica redigem *missão, filosofia e valores*. Estes, muitas vezes, pelo próprio caráter discursivo, desviam, mascaram, os reais valores ideológicos pautados pela competitividade e pelo lucro.

Uma análise discursiva competente da comunicação empresarial dá conta de todos esses aspectos, inclusive das contradições existentes no interior do próprio discurso.

Bakhtin vai além e expõe que a própria consciência só se dá pelo discurso e que a compreensão é sempre semiótica, ou seja, a compreensão depende não do signo isolado, mas da relação semiótica entre os signos, dos signos em relação. O encadeamento sógnico é o responsável pelo estabelecimento do valor ideológico e pelo modo como esse valor

ideológico se realiza nas consciências individuais. Dessa forma, a ideologia passa a ser um conjunto de representações a partir do real. Essas representações, que se elaboram a partir da realidade, formam um sistema de valores, visões de mundo que se materializam na linguagem. Essa visão de mundo corporifica-se em um estoque de signos que se combinam e marcam a maneira de pensar de uma época, de um grupo social, de uma corporação.

Forma-se, então, uma cadeia de signos, uma cadeia ideológica que perpassa as consciências. A consciência individual faz parte de um processo sógnico que reflete e refrata a realidade, essa consciência só se torna realmente consciência, quando é ideológica e, portanto, discursiva. Bakhtin, desse modo, recontextualiza uma concepção presente nas Ciências Humanas e Sociais desde Hegel (Cf: Hegel, 1981), passando por Karl Marx (Cf: Marx, 1993). Se, para Hegel, a consciência é ontológica – a consciência de si -, para Marx, ela é histórica; e para Bakhtin, a consciência é discursiva.

Este é um valioso conceito para a cultura e comunicação organizacional. Nesses termos, temos que há uma definição objetiva de consciência como sociológica, mas que só adquire forma e existência nos signos. Essa concepção de consciência discursiva não pode ser esquecida quando se pensa em relações intersubjetivas nas organizações. A análise do discurso nas organizações é um instrumental que revela não apenas as informações que circulam pelo espaço organizacional, mas, sobretudo, é uma forma de dimensionar questões ideológica e intersubjetivas.

Observamos que vários autores de diferentes abordagens contribuem de maneira importante para a compreensão das relações entre língua, cultura e sociedade e que essas contribuições não devem ser negligenciadas pelos estudos de cultura e comunicação organizacional, sob a pena de elaborarmos pesquisas superficiais e redutoras quando se tem em vista a linguagem nas organizações.

4. A oportuna contribuição da Pragmática.

Dentre todas as abordagens lingüísticas que mencionamos, certamente as proposições das teorias de origem pragmática sejam as mais utilizadas nos estudos de comunicação e cultura corporativa. Há, sem dúvida, o aspecto pragmático, prático, de aplicação quase que imediata - o que o próprio nome já indica. Entretanto, há também o fato de que muitas dessas teorias foram desenvolvidas por britânicos e norte-americanos, os quais concentram

também grande parte dos estudos sobre a Teoria Geral da Administração; além de que o próprio caráter pragmático, prático, harmoniza-se perfeitamente com modelos de gestão preocupados com comunicação objetiva e imediata, de resultados, voltada essencialmente para a eficácia administrativa.

Iniciaremos esta pequena explanação por Oxford, entre as décadas de quarenta e cinquenta, com John Langshaw Austin, ilustre representante da filosofia analítica, que propõe estudar o funcionamento de linguagem antes de estabelecer modelos formais lógicos. É preciso compreender a teoria pragmática no percurso das idéias lingüísticas como parte de um processo de um duplo resgate: o resgate do social para a linguagem, depois dos modelos formais elaborados pela revolução sintática de Noam Chomsky; e o resgate de aspectos semânticos que estavam confinados na filosofia da linguagem desde as propostas de origem comportamentalistas de Leonard Bloomfield.

A pragmática estuda a relação entre a estrutura da língua e seus usos. Parte da idéia de que a língua constitui ato de linguagem, ou seja, de que as línguas naturais comunicam mais do que aquilo que está inscrito no enunciado. Estabelece uma proposta teórica cujos conceitos formam uma rede de relações interdependentes. Atos de fala, performativos, ilocucionários são peças de um mesmo quadro de relações conceituais, que dão conta de analisar aquilo que Austin denominou como ilusão descritiva da linguagem (Cf: Ottoni, 1998).

Há, assim, uma distinção entre enunciados performativos e enunciados constativos. Estes dando conta da descrição de um estado de coisas e aqueles remetendo a enunciados que trazem em si o agir, que por si mesmo já realizam um ato. Se um diretor de uma empresa diz *Paulo é o novo gerente porque obteve os melhores resultados da equipe de vendas*, trata-se de uma constatação, descreve-se um estado das coisas. No entanto, se o mesmo diretor disser *Estou nomeado Paulo para o cargo de gerente porque foi o melhor homem de nossa força de venda*, não se está mais constatando algo, há mais do que uma constatação: há um ato, o ato de nomear. Este ato de nomear se concretiza no instante em que o ato lingüístico é realizado, ao dizer o enunciado já se pratica o ato, o ato de atribuir uma nova função, de atribuir um mérito e uma nova responsabilidade. A atribuição do mérito, o lugar de destaque é dado pelo próprio ato lingüístico; isto é o que a Pragmática conceitua como “quando dizer é fazer”.

Todavia, se analisarmos cuidadosamente a primeira frase, há implícito, há camuflado no enunciado, mas formalizada na enunciação, a idéia de que se eu digo *Paulo é o novo gerente porque obteve os melhores resultados da equipe de venda* é porque eu estou dizendo que *Paulo é o novo gerente porque obteve é o melhor homem de venda*; ou seja, o que estamos transmitindo é uma ilusão: na enunciação não descrevemos, mas, julgamos, estamos no enunciado iludindo o enunciatário que estamos apenas descrevendo um estado de coisas. Esta é a ilusão descritiva, esta é uma visão performativa da linguagem.

Na comunicação organizacional o jogo entre performativos e constativo, se estudado cuidadosamente, revela toda uma rede de relações de poder, de formas de comando. Trata-se de um arcabouço teórico que fornece um instrumental precioso para traçar o modo como as formas gerenciais se processam nas corporações, quais são os performativos mais utilizados – *prometo, declaro, nomeio, designo, atribuo*, e tantos outros -, quais são os implícitos mais presentes nos constativos e por que há essas ordens implícitas, o que essa camuflagem enunciativa auxilia nas relações entre gerentes e colaboradores. São questões significativas que podem ser pesquisadas com conceitos proveniente da pragmática de Oxford.

Ainda na teoria Pragmática, Paul Grice é um outro autor importante. Trabalha com implícitos e também considera a idéia de que há na língua bem mais do que aquilo que está explícito no enunciado. Grice traça os princípios gerais que regem a conversação por meio do que chamou máximas conversacionais (Cf: Fiorin, 2002, 177):

- máximas de quantidade – a conversação deve conter a informação exigida, não menos nem mais;
- máximas de qualidade – as afirmações devem comportar um teor de *verdade*, ou seja, só se deve afirmar aquilo que se acredita e o que é passível de comprovação argumentativa;
- máximas de relação – a conversação deve ser concentrada no tema que está sendo tratado, as afirmações tem de estabelecer uma relação com o assunto em pauta, evitando dispersões;
- máximas de maneira – a conversação deve ser pautada pela clareza na abordagem, ou seja, é necessário falar de modo ordenado, de forma sucinta, evitando desperdício de dados a serem transmitidos e evitando também ambigüidade.

Essas máximas otimizam a conversação, impondo-lhe uma eficiência e uma eficácia tão almejadas pelas modernas formas de gestão.

Observamos, então, que, se olharmos cuidadosamente para os treinamentos em telemarketing, vemos nitidamente a voz de Grice subjacente a todos esses treinamentos, aliando máximas conversacionais a conceitos de assetividade de origem cognitivista e behavioristas; confirmando, mais uma vez, os frutos do antigo casamento entre Taylor e Skinner na fundamentação dos modelos de administração corporativa.

Outros modelos de origem pragmática podem ser enumerados, todos eles extremamente úteis e presentes nas modernas formas de gestão. Os pressupostos e subentendidos de Oswald Ducrot e sua Semântica Enunciativa; os estudos de polidez – “conjunto de procedimentos postos em funcionamento para preservar o caráter harmonioso da relação interpessoal” (Charaudeau & Maingueneau, 2004, 381) – e outras abordagens tão favoráveis ao estudo da comunicação corporativa. Todas elas formam um suporte teórico que permite ao gestor da comunicação ferramentas de precisão teórica para que possa interferir nos processos comunicacionais das organizações.

5. Considerações finais.

Este panorama indica que o percurso das idéias na Teoria da Linguagem pode, a cada momento, contribuir de forma expressiva para que a cultura e comunicação nas organizações possa ser pesquisada por meio de uma fundamentação teórica sólida.

Deixamos de lado várias teorias lingüísticas por mostrarem um conceituação ampla e extremamente frutífera no que se refere às inter-relações entre cultura, comunicação e linguagem nas corporações. Isto quer dizer que cada uma dessas teorias obriga-nos a uma abordagem minuciosa, merecendo, cada uma delas, um estudo detalhando conceitos e os possíveis instrumentos de gestão empresarial, decorrentes desses conceitos, que poderiam ser aproveitados. Como a proposta deste artigo é uma visão panorâmica sobre o tema, esse oportuno detalhamento está reservado para estudos posteriores.

Entretanto, não poderíamos deixar de lembrar que a Gramática Gerativa de Noam Chomsky e a Semiótica Discursiva, ambas brevemente aqui citadas, são abordagens que merecem esse destaque de que falamos, bem como as propostas de Erving Goffman

(1985), com conceitos como o de *face* e outras proposições importantes relativas à interação verbal.

Estabelecemos aqui algumas balizas que contribuem para o longo percurso de uma visão mais abrangente sobre comunicação, cultura e linguagem nos processos de gestão empresarial.

Estamos seguindo em uma direção que deixa de propor as corporações e o homem contemporâneo com partes de uma sociedade linear, sem paradoxos e composta por compartimentos individualizados. É urgente avançar e enfrentar os novos desafios. É preciso compreender a diversidade como aquilo que leva à unidade, como convivência com a pluralidade que faz parte da constituição do mundo contemporâneo. Seguindo o que nos ensina Morin (2000b, 15), “é possível reconhecer a unidade e a complexidade humana, reunindo e organizando conhecimentos dispersos nas ciências [...] e por em evidência o elo indissolúvel entre a unidade e a diversidade de tudo que é humano.”

Do ponto de vista dos discursos em Ciências Humanas e Sociais, é preciso finalmente destacar que o próprio conceito de discurso como o ponto de articulação dos processos históricos e dos processos linguístico, indica que nenhum discurso é solitário, pois este sempre acontece como produto histórico. Esta é a visão que nos parece mais adequada para garantir a formação de gestores competentes para este novo milênio.

Bibliografia

- ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. O Conceito de Iluminismo. In: *Os Pensadores*. São Paulo: Abril, v.47, p. 97-124, 1975.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Madrid: Alianza, 1999.
- ARNAULD & LANCELOT. *Gramática de Port-Royal*; Trad. Bruno F. Basseto e Henrique Graciano. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BACCEGA, M. Aparecida. (org.) *Gestão de Processos Comunicacionais*. São Paulo: Atlas, 2002.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: HUCITEC, 1988.
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral*. São Paulo: EDUSP – Companhia Editora Nacional, 1976.
- BARTHES, Roland. *Aula*. São Paulo: Cultrix, 1987.
- FIORIN, José Luís (org.) *Introdução à Linguística*. São Paulo: Contexto, v. 1 e 2, 2002.
- _____. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1997.
- CHANLAT, Jean-François (org.) *O Indivíduo na Organização*. Vol. I e II. São Paulo: Atlas, 1996.
- CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

- CHAUÍ, Marilena. *Escritos sobre a Universidade*. São Paulo: UNESP, 2001.
- CHOMSKY, Noan. *Linguagem e Pensamento*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- DRUKER, Peter. *Sociedade Pós-Capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1993.
- ECO, Umberto, *A Estrutura Ausente*. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- FREITAS, Maria Ester. *Cultura Organizacional*. São Paulo: Makron Books, 1996.
- FREITAS, Sidinéia Gomes & GUERRA, Maria José. A Linguagem Comum dos Lingüistas e dos Pesquisadores em Relações Públicas – resultados parciais de um trabalho interdisciplinar. Trabalho apresentado no XXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Porto Alegre, 2004.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GOFFMAN, Erving. *As Representações do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GREIMAS, Algirdas Julien & FONTANILLE, Jaques. *Semiótica das Paixões*. São Paulo: Atlas, 1993.
- HEGEL, G.W.F. *Fenomenologia del Espiritu*. México: Fondo de Cultura Económica, 1981.
- JAKOBSON, Roman. *Lingüística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1972.
- LYONS, John. *Linguagem e Lingüística*. Rio de Janeiro: LTC, 1987.
- MARX, Karl. *Economia Política e Filosofia*. Rio de Janeiro: Editora Melso, 1963.
- MATTOS SILVA, Rosa Virgínia. *Gramática Tradicional e Tradição Gramatical*. São Paulo: Contexto, 2000.
- MORIN, E. *A Cabeça Bem-Feita*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- OTTONI, Paulo. *Visão Performativa da Linguagem*. Campinas: UNICAMP, 1998.
- PERELMAN, Chaïm & OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Traite de L'Argumentation – La Nouvelle Rhétorique*. Bruxelles: Editions de L'Universite, 1970.
- PIETRO, Emanuel & PLEBE, Armando. *Manual de Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1975.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1999.
- WOOD Jr., Thomaz. *Organizações espetaculares*. Rio de Janeiro : Editora FGV, 2001.