

O Uso dos Emojis por meio do WhatsApp nas Relações de Trabalho.¹

Fabiana Moreira Gaviolli²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Resumo

Este estudo aborda o uso dos emojis e a crescente utilização de aplicativos de troca de mensagens instantâneas na comunicação organizacional informal e nas relações de trabalho. Aponta como a sua utilização potencializa a comunicação multiplataforma entre funcionários e públicos externos à organização. Os estudos realizados, por meio de pesquisa qualitativa e bibliográfica, revelam os impactos na comunicação organizacional e nas relações de trabalho por uma das linguagens mais usadas nestas tecnologias: os emojis, códigos visuais paralinguísticos que dominaram as plataformas digitais para facilitar a comunicação digital, produzir sentido e conotar emoção durante as conversações.

Palavras-chave: comunicação organizacional; whatsapp; emojis; interação digital mobile.

Introdução

Estudamos o uso da linguagem dos emojis, suas ressignificações nas trocas de mensagens instantâneas nas relações de trabalho por meio da comunicação organizacional informal, discutindo os sentidos a partir da interpretação dos emojis como facilitadores ou geradores de atritos, encarando o uso de novas tecnologias como plataformas ‘ponte’ ou ‘muro’ no relacionamento de trabalho. Essas reflexões perpassam a sensação de “segurança” na troca de informações na comunicação sobre o trabalho por meio dos *smartphones*.

Dentre as plataformas de conversação digital a serem abordadas neste estudo, destacamos o WhatsApp, que funcionam em múltiplos sistemas operacionais como Android, IOS, Blackberry, Windows Phone, dentre outros. Segundo a pesquisa Digital In 2016, o WhatsApp lidera o ranking de plataformas utilizadas para comunicação

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação Digital e Tecnologias, do PENSACOM BRASIL 2016.

² Mestranda de Comunicação Institucional e Mercadológica da UMESp, email: fabs.rp@gmail.com.

instantânea, contando com 100 milhões de usuários ativos no Brasil. De acordo com a definição do site oficial, o “WhatsApp é um aplicativo multiplataforma”, criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum. O aplicativo viabiliza a troca de mensagens de texto, realiza chamadas de voz e vídeo, suporta envio de áudio, vídeo, fotos, arquivos, geolocalização e contatos da agenda instantaneamente. A plataforma é atraente, pois agrega mobilidade e favorece o agrupamento por conveniências e a propagação rápida de informações e interesses, por meio de várias formas de expressão, o que segundo Marcuschi (2005, p. 13) “(,,) lhe dá maleabilidade para a incorporação simultânea de múltiplas semioses, interferindo na natureza dos recursos linguísticos utilizados.”. A partir dessa realidade, a possibilidade de comunicação e transmissão de informações e demandas foi potencializada.

Apresentamos e relacionamos ao longo deste artigo os resultados da pesquisa qualitativa - estudo descritivo estatístico Malhotra (2010), “Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp” que realizamos entre junho e julho de 2016, divulgada por meio do WhatsApp, Facebook, Twitter, LinkedIn e e-mails, e compartilhada espontaneamente. A pesquisa é de âmbito nacional e contou com a participação de 1316 respostas das quais utilizamos 1154, a partir dos filtros como a utilização dos aplicativos de troca de mensagens instantâneas nas relações de trabalho e o uso dos emojis durante as conversações.

Em busca da interação

As organizações são constituídas por pessoas que vivem em um espaço real, com as mais diversas experiências e repertórios de vida. Este repertório, até o advento da internet, foi adquirido em espaço real e definido ao longo do tempo real, durante a vida de cada indivíduo. Os registros aconteceram por meio da comunicação, localizando o tempo no espaço e as mutações do espaço ao longo do tempo.

O ser humano comunica aquilo que percebe, e a percepção é construída a partir do repertório adquirido por cada indivíduo. A linguagem, que de acordo com Fiorin (2013, p. 13) “(...) é a capacidade específica da espécie humana de se comunicar por

meio de signos.”, em seus diversos formatos atua como agente promotora desses registros. Segundo a perspectiva bakhtiniana conforme aborda Fiorin (2006, p. 18) “a linguagem é um produto vivo das relações sociais e das condições materiais e históricas de cada tempo”. Sua expressão como promotora dialógica altera e é alterada com o uso das tecnologias pela sociedade ao longo do tempo.

A nova instantaneidade do tempo muda radicalmente a modalidade do convívio humano – e mais conspicuamente o modo como os humanos cuidam (ou não cuidam, se for o caso) de seus afazeres coletivos, ou antes o modo como transformam (ou não transformam, se for o caso) certas questões, em questões coletivas. (BAUMANN, 2001, p. 160)

As noções de tempo e espaço que norteiam e orientam a história e vivência do ser humano desde os primórdios, foram modificados ao longo desta história por meio e com o uso da tecnologia - qualquer mecanismo criado para otimizar uma atividade - em experiências dialógicas. A palavra de ordem da comunicação atual é: interação, como um produto do mundo globalizado.

O espaço se expandiu e eliminou fronteiras físicas reais, favorecendo o acesso a qualquer pessoa inserida neste espaço globalizado. Neste contexto, o advento da internet provocou uma mudança profunda no comportamento humano e na forma em que nos comunicamos. A rede oferta um grande estímulo para o compartilhamento e produção de ideias e conteúdos neste ambiente. Basta estar conectado por meio de qualquer *device* que podemos nos relacionar com o mundo instantaneamente através de um simples “*touch*”. Com esta ação provocamos reações instantâneas, promovemos, resgatamos, encerramos e fortalecemos vínculos independentemente do espaço real.

O tempo foi acelerado e simultaneamente eternizado através dos registros criados. Desde a arte da pintura rupestre comunicando por meio de desenhos e figuras no mundo real, até os dias atuais com os emojis, que são signos de imagem usados no ambiente e na comunicação digital criados por Shigetaka Kurita, então funcionário da NTT DoCoMo, no Japão durante a década de 90. Estes signos ganharam grande espaço em diversas plataformas por comunicar por meio de desenhos e figuras no mundo virtual. A evolução da tecnologia permite a instantaneidade de produção dessas

eternidades digitais, que perpetuam o presente na rede, o que antes era restrito à memória ou a observação em um lugar físico real.

Por ser acionado por um único toque, o uso do emoji implica rapidez e praticidade ao enunciar, tal instantaneidade e ansiedade em falar e ouvir traz ruídos nas significações da comunicação. Sua utilização é paralinguística ao expressar emoções e conotar o tom ‘correto’, na verdade intencional, da conversa, amenizando textos que podem produzir sentido indesejado ao interagir. Castells (2013, p. 14) aponta que “a construção de significado na mente das pessoas é uma fonte de poder mais decisiva e estável.”, essa interpretação e construção dependem dos ambientes e repertórios de cada enunciador e enunciatário na relação dialógica. É o que institui para o autor (2013, p. 14) o ato de comunicar ao realizar a troca de informações quando há o compartilhamento de significado.

A forma como as pessoas pensam determina o comportamento que elas expressam e por consequência os resultados de suas ações. Castells afirma que “A forma como as pessoas pensam determina o destino de instituições, normas e valores sobre os quais a sociedade é organizada.” (2013, p. 14).

Essa nova dimensão de comunicação favorece o relacionamento, mas também cria uma falsa sensação de “privacidade e confidencialidade” quando pensamos no meio em que os relacionamentos acontecem atualmente. Bueno (2014, p. 79) alerta que a comunicação *online* além de romper com as barreiras do espaço e tempo, também altera o ritmo dos relacionamentos, cria espaços de convivência e potencializa a circulação de informações. Pensando na saúde dessa nova dimensão e no ritmo acelerado e líquido (Baumann, 2001) dos relacionamentos refletimos também acerca da alma das relações sociais sustentada pela confiança e a boa vontade, variáveis do capital social, que, também se conquistam por meio da comunicação, como afirma Galindo (2013, p. 113).

Rádio Peão midiaticizada

Além da comunicação interna formal, não podemos ignorar a comunicação interna informal, e é nesse ponto que a rádio-peão é presente nas organizações. A rádio-peão é a comunicação que ocorre entre os funcionários da organização sem a

legitimação da veracidade do conteúdo abordado, não é fonte oficial de informações da organização, mas pode se tornar. Quando a comunicação interna não parte do pressuposto da via de mão-dupla é favorecido um ambiente que cria boatos e gera insegurança. Bueno (2011, p. 97) alerta que a rádio-peão “sintetiza, ainda que de maneira caótica e irresponsável, as vulnerabilidades, as fraquezas e as incompetências dos processos de gestão e de comunicação das nossas empresas.” Essa forma de comunicação busca garantir a democratização da comunicação empresarial, ela traz alternativa à comunicação interna formal, que muitas vezes não cumpre seu papel.

O processo de circulação de informações no âmbito das organizações incorre em um vício formidável: em qualquer organização, as pessoas, independentemente dos dirigentes, comunicam-se, interagem e tendem a incluir em suas conversas os fatos e situações que lhes dizem respeito. (BUENO, 2011, p. 101)

O espaço real encontrado pelos funcionários para a manifestação da rádio-peão sempre esteve fisicamente dentro dos muros das organizações, como os cafés, corredores e até os toaletes. Com as novas tecnologias de informação, o fluxo comunicacional migrou para o ambiente online como revela a pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp ao perguntar se “o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas no trabalho aumentou a rádio peão” apontou que 17,34% dos respondentes concordam totalmente, 29,4% concordam, 30,64% não concordaram nem discordaram da afirmação, apenas 16,86% discordaram e 5,70% discordaram totalmente.

Ultrapassamos a discussão sobre a necessidade e as aplicações da mediação digitalizada e conectada nos ambientes organizacionais. Hoje as questões centrais estão na discussão do processo de comunicação em redes e na construção de relacionamentos da organização com seus públicos por meio de formatos comunicacionais que propõem uma equalização entre emissores e receptores. E, mais que tudo isso, a discussão de base está na imposição de mudanças culturais que a digitalização em rede traz para a rotina comunicacional das empresas. (CÔRREA, 2009, p. 163)

Já em relação à afirmativa “o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas no meu trabalho aumentou o bulling entre os colegas” observamos a presença da prática nas relações de trabalho, ainda que baixa perante a amostra total, pois 4,75 % dos respondentes concordam totalmente, 14,25% concordam, 31,83% não

concordaram nem discordaram da afirmação e apenas 35,15% discordaram e 14,01% discordaram totalmente. Verificamos que os comportamentos do espaço real migraram ou encontraram ancoradouro na comunicação digital.

A evolução tecnológica dos meios de comunicação tem exigido mudanças significativas no comportamento do homem, não só em suas relações sociais, mas também no modo de aprender e de codificar mensagens. O homem moderno não analisa mensagens como simples “receptor”, mas ele participa ativamente do processo comunicacional e passa a ser um novo leitor, um novo codificador. O pensamento é organizado pela posse e pelo uso da linguagem, vista como um processo, sempre em movimento e em constante reformulação, significando e ressignificando o universo de diferentes formas. A construção da mensagem seleciona um conjunto de signos que revela intenções e traz informações implícitas, projetando posicionamentos do seu produtor e sua leitura do universo. (GONÇALVES, 2012, p.27)

Comunicação Organizacional Informal Via Mobile e WhatsApp

A comunicação via mobile é um modo crescente de comunicação na sociedade brasileira atual. Baumann (2004, p. 81) institui “Os celulares assinalam, material e simbolicamente, a derradeira libertação em relação ao lugar”. A partir da prótese, como extensão de nossos braços – como trata McLuhan (2005, p.90 apud STANGL, 2009), os *smarthphones* e *tablets*, trabalhamos, pagamos contas, consumimos, nos relacionamos, nos informamos, nos entretemos e produzimos uma infinidade de eternidades como conteúdo, e isso nos mostra que a midiatização da sociedade é um caminho sem volta.

A pesquisa Digital In 2016, revela que 58% dos brasileiros tem acesso à internet. Das 120 milhões de pessoas conectadas, 88 milhões de conexões a redes e mídias sociais são via mobile. Lideramos o ranking com média de 5,2 horas conectados via computador e 3,9 horas via smartphones (mobile). No Brasil, 43% preferem se comunicar por meio de troca mensagens instantâneas via mobile.

A pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp apontou que 99,15% dos respondentes utilizam o aplicativo WhatsApp para a troca de mensagens instantâneas sobre o trabalho, seguido do Facebook Messenger com 61,37% e o Skype com 29,15% por meio dos *devices*; majoritariamente no smartphone pessoal, seguido por notebook pessoal e computador de mesa da empresa.

A comunicação se dá a partir das percepções dos ambientes que o enunciador e o enunciatário se relacionam, Stangl (2009, p. 319) afirma que “As revoluções tecnológicas mudam a forma como percebemos o mundo.” As novas plataformas de comunicação como o WhatsApp propiciam uma nova forma de comunicação organizacional. Com uma linguagem toda própria, o uso dos emojis nos instiga a compreender as gramáticas de produção e de reconhecimento neste universo. Dentro desse contexto Longo (2014, p.15) legitima nosso pensamento ao afirmar que “A revolução não acontece quando a sociedade adota novas ferramentas, e sim quando adota novos comportamentos”. A comunicação ganha grande evolução com o surgimento da escrita e volta a revolucionar as formas de se comunicar com o uso de paralinguagem nas plataformas digitais.

Para Elizabeth Saad Corrêa (2008, p. 316 apud MOREIRA, 2008) “há acontecimentos comuns na comunicação digital permite a todos o mesmo nível de participação.” A especialista lista sete características da comunicação digital: “presença ubíqua, estabelecimento de conversações imagéticas, configuração de processos de produção cada vez mais integradores, simetria das comunicações, conversações participativas, e integração midiático-informativa”.

A pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp mostra que as conversações por meio dos aplicativos de mensagens instantâneas acontece com diversos públicos que a organização se relaciona. Os funcionários usam a plataforma majoritariamente para se comunicar com os colegas de trabalho como responderam 88,6% dos participantes, e 20,6% com terceirizados, sendo que 65,4% conversam com suas lideranças diretas por iniciativa própria e 26,1 % das lideranças interagem com seus subalternos por meio dos aplicativos. Na sequência temos o relacionamento com clientes/pacientes por 41,9% dos usuários de aplicativos que responderam ao formulário e 28,7% com fornecedores. Foi apontado também que a imprensa 6,4%, investidores 3,1%, parceiros 28,2% e 12,8% com a comunidade que a organização mantém relacionamento, são públicos com os quais a organização mais se relaciona por meio da plataforma.

Essas tecnologias de comunicação não são apenas ferramentas de descrição, mas sim de construção e reconstrução da realidade. Quando alguém atua através de uma dessas redes, não está simplesmente reportando, mas também inventando, articulando, mudando. Isto, aos poucos, altera também a maneira de se fazer política e as formas de participação social (SAKAMOTO, 2012, p. 95).

Pensando nisso devemos considerar o meio digital como uma oportunidade de plataforma ponte e não como plataforma muro. Podemos estimular o uso responsável das conversações participativas a fim de aumentar o rendimento do trabalho em equipe, a empatia entre os setores da organização e o emponderamento na produção de conteúdo e de interação. Ao questionarmos sobre a presença de manuais de boas práticas ou políticas de utilização dessas plataformas no trabalho foi revelado que 20,2% afirmaram possuir o material e 79,8% responderam negativamente, o que também pode significar que existe, mas o funcionário desconhece. Carramenha; Mansi; Capellano (2015, p. 18) destacam que as orientações formais das empresas em geral são “a proibição de uso/ uso com moderação durante o horário de trabalho; estímulo para o relacionamento com clientes; e há poucos relatos de orientação de uso na comunicação entre empregados.”.

Nossa pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp mostra que 83,61% dos participantes afirmam que o uso de aplicativos como WhatsApp facilita o trabalho em equipe. Ao perguntar sobre a concordância ou discordância acerca da afirmação: “O uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas no trabalho ajudam ou facilitam o desenvolvimento do meu trabalho”; obteve concordância de 86,94% dos respondentes da pesquisa. E quanto a facilitar a comunicação obteve a concordância de 95,01%. Já em relação ao aumento do volume de trabalho devido ao uso dos aplicativos 39,43% dos respondentes confirmaram essa sobrecarga e 54,87% afirmam trabalhar mais fora do expediente. Observamos também que 75,5% já foram acionados pelo superior direto ou cliente/funcionário fora do horário.

A internet tem poder avassalador já sentido e observado pela maior parte da população mundial, tanto como plataforma de ponte agregando e potencializando relações, bem como plataforma de muro, devastando e impedindo também. O mesmo deve ser pensado ao tratar de informações confidenciais sobre o negócio, uma vez que o

compartilhamento é instantâneo, interações digitais são cada vez mais usadas como provas e evidências jurídicas, e a estratégia da organização pode ser arranhada ou destruída pela concorrência.

A pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp revela um ponto importante acerca da sensação de segurança e confidencialidade nas relações mediadas por meio do aplicativo. Ao perguntarmos sobre a troca de mensagens confidenciais por meio dos aplicativos de mensagens instantâneas 44,29% responderam já terem participado e 55,21% negaram a prática, o que desperta um grande alerta acerca das informações estratégicas das organizações que podem ser repassadas instantaneamente e indiscriminadamente. Um dos fatores geradores dessa sensação de segurança ao compartilhar informações por meio da plataforma, é que este aplicativo está abrigado, de acordo com a pesquisa, 97% das vezes em celulares próprios. Entretanto 23,29% relataram roubo, furto ou perda do *smartphone*, sendo que apenas 0,5 relataram problemas com as informações contidas no aparelho.

A Linguagem e os Emojis

A produção de sentido na comunicação mediada por computadores é de extrema importância para evitar qualquer crise – que hoje escolhe o ciberespaço como palco favorito de estreia e incontroláveis acessos e compartilhamentos como bilheteria - e fortalecer a comunicação no meio organizacional. A linguagem utilizada no ambiente virtual cunhada de Internetês não faz uso da norma culta. Pelo contrário, tem sua estrutura na linguagem coloquial e função na rapidez da emissão e recepção de mensagens. Escrevendo-se muito semelhante à forma como se fala, o que hoje é chamado de oralidade na escrita, apresenta encurtamentos e abreviações não oficiais comuns a quem está acostumado à prática da interação virtual.

A linguagem é ela mesma uma atividade. Uma atividade simbólica oriunda da necessidade de comunicação. Como nascida da necessidade da relação entre os seres, a comunicação eleva o trabalho a um patamar mais sofisticado, incrementa a colaboração e desenvolve a capacidade humana de produção material e simbólica. (PAULINO, 2014, p. 59)

O termo emoji surgiu por aglutinação das expressões japonesas “e” (imagem) e “moji” (personagem), em português “pictograma”. Pictograma é a linguagem escrita

expressa por meio de desenhos e formas, sendo os emojis imagens usadas na comunicação digital. Para Maria Inés Palleiro “No discurso pictórico, o espaço funciona de fato como uma representação mental construída por cada sujeito a partir de experiências atuais e anteriores dentro das quais se enquadram este conceito de perspectiva.” (2008, p. 159) [tradução nossa]

Os emojis pertencem a um acervo de 800 pictogramas determinados por códigos fontes de caracteres da Unicode. Essas representações equivalem a emoções, estados de espírito e situações às quais o enunciador deseja expressar nas suas interações. O crescente uso dessa paralinguagem cria uma nova forma de comunicação nas organizações, aproximando-se cada vez mais dos diálogos face a face, mas também aponta para interpretações distintas dos mesmos códigos ocasionando ruídos.

O sociólogo Herbert Brumer, da escola de Chicago, propõe três premissas sobre interacionismo simbólico: significado, linguagem e pensamento. Primeiramente ele aborda que as ações dos seres humanos são guiadas pelos significados que eles atribuem à interação e relacionamento com as pessoas e o mundo físico. O que em nosso contexto da comunicação informal praticada por meio dos aplicativos, o uso dos emojis é condicionado ao significado atribuído por quem o recebe de acordo com seu repertório de vida. A linguagem é a segunda premissa abordada por conduzir a negociação do significado através de símbolos. E o terceiro ponto apontado por Brumer é o pensamento que pode ser modificado ou consolidado através do processo de interpretação que as pessoas usam para lidar com os símbolos. (BRUMER, 1986, p.79 apud GALINDO, 2013, p. 9-10).

1) É na interação social que se origina e se propulsiona toda a aprendizagem e consequentemente o desenvolvimento intelectual. Isso implica em todas as demais funções do desenvolvimento do ser humano. 2) Este fenômeno ocorre primeiro no nível social (interpessoal) para depois acontecer no nível individual (intrapessoal). (GALINDO, 2013, p.11)

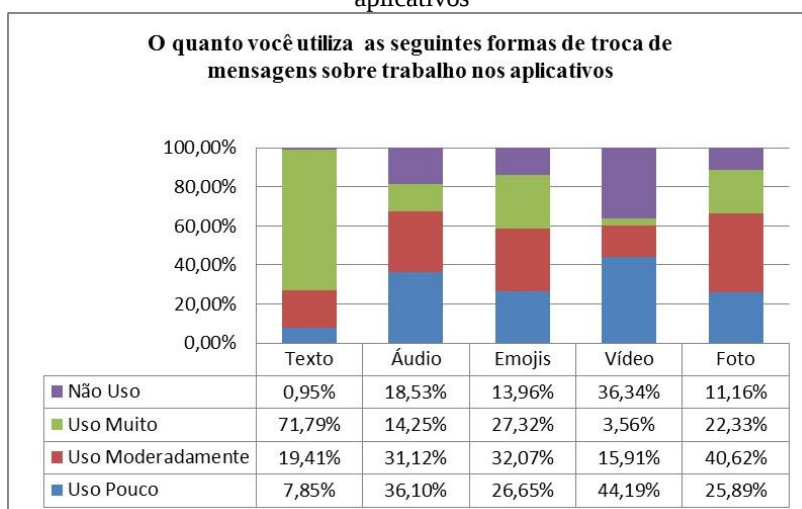
Na pesquisa Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp, 79,2% dos participantes acreditam que o uso de emojis facilita a comunicação nas conversas sobre trabalho por meio dos aplicativo, que apenas 13,96% não utiliza emojis na comunicação sobre trabalho. Palleiro (2008, p. 171) aponta que “todos os aspectos vinculados com a

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

semiótica visual são empregados em outros tipos de discurso, nos quais o código icônico é utilizado junto com outras linguagens, para a construção de diferentes mensagens.”. A pesquisa também revela as diferentes linguagens utilizadas pelos participantes para interagir nas conversas sobre trabalho.

Gráfico 1: O quanto você utiliza as seguintes formas de troca de mensagens sobre trabalho nos aplicativos



Fonte: Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp, 2016

Dessa forma, entendemos que o comportamento é guiado pela forma de pensar, ou seja, de interpretar e compreender os símbolos que se expressam por meio da linguagem. De acordo com Fiorin (2006, p. 19) “Não há nenhum objeto que não apareça cercado, envolto, embebido em discursos.”

A linguagem [...] é uma inesgotável riqueza de múltiplos valores. A linguagem é inseparável do homem e segue-o em todos os seus atos. A linguagem é o instrumento graças ao qual o homem modela seu pensamento, seus sentimentos, suas emoções, seus esforços, sua vontade e seus atos, o instrumento graças ao qual ele influencia e é influenciado, a base última e mais profunda da sociedade humana (HJELMSLEV, 1975, p. 01 apud PIETROFORTE, 2008, p. 51)

A partir da análise dessas premissas entendemos que a comunicação por meio da plataforma WhatsApp, bem como o uso dos emojis, pode impactar fortemente os comportamentos adotados pelos públicos das organizações. O uso de emojis é dialógico, por estabelecer relações de sentido em que reside a expressão de emoção na interação entre enunciador e enunciatário.

Realizam

PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 12 e 13 de dezembro de 2016

(...) é por meio do uso da palavra que nos definimos em relação ao outro, e por meio dela que nos definimos em relação à coletividade. (...) toda palavra é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. (...) constitui justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte (...). (BAKHTIN, 1981, p. 113)

Muitos respondentes revelaram que passaram por constrangimentos na troca de mensagens ao digitarem rapidamente e o corretor automático enviar uma palavra indesejada. O mesmo é relatado ao enviar emojis quando a seleção da imagem é equivocada e causa ruídos durante a interação via aplicativo de troca de mensagens instantâneas. A pesquisa revelou que 86,7% dos participantes afirmaram que o uso de emojis já ajudou a dar o tom correto da conversa, ou fez com que sua mensagem fosse interpretada da forma desejada pelo enunciador. Alguns participantes relataram suas experiências nas interações por meio da plataforma, conforme estão expostas anonimamente na figura a seguir:

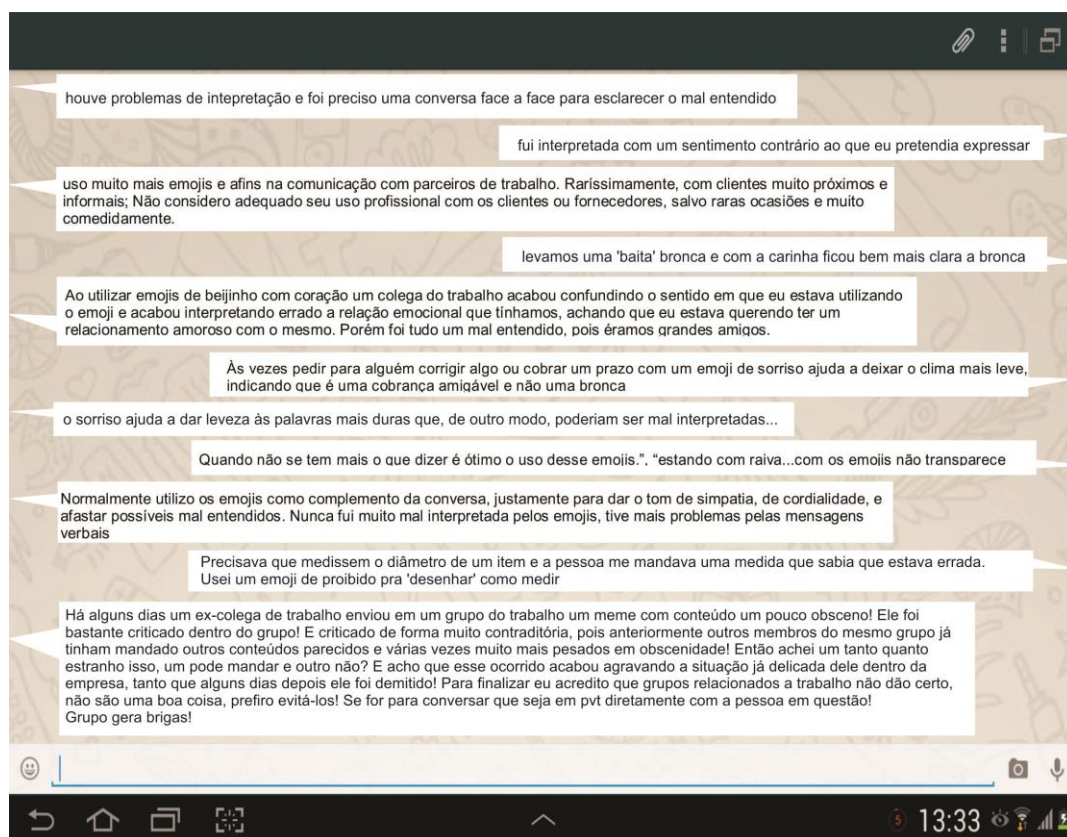


Ilustração 1: Você já vivenciou algum mal entendido por conta do uso dos emojis
Fonte: Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp, 2016

Esses códigos foram criados com determinados significados, mas que ao serem disponibilizados nas diversas plataformas, adquiriram novos sentidos para seus interlocutores, pois muitas vezes podem realmente não corresponder aos mesmos emojis quando enviados pelo enunciador e recebidos pelo enunciatário, como mostra a figura a seguir:

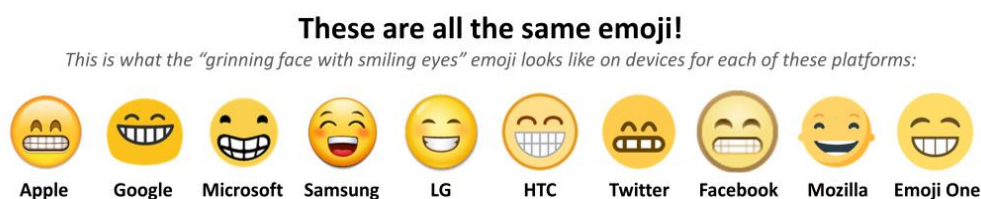


Ilustração: Todos esses são o mesmo emoji!

Fonte: Diferenças de plataformas para o Unicode IF601. MILLER, Hannah. 2016

Pensando nessa diferença de padrões, o estudo “*‘Blissfully happy’ or ‘ready to fight’: Varying Interpretations of Emoji*” foi realizado por Miller et al, do GroupLens Research, da Universidade de Minnesota, mostrando que a imagem do emoji enviado e recebido muda de acordo com a plataforma que exibe o signo, a pesquisa trabalhou com as plataformas Apple, Google, Microsoft, Samsung e LG. A pesquisa comprova que ao enviar um emoji negativo por uma plataforma, a interpretação do significado pode ser levemente positiva dependendo da plataforma que o recebe.

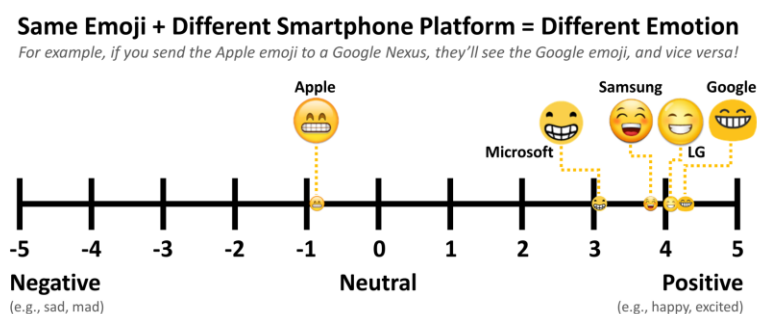


Ilustração: O mesmo Emoji em Diferentes Plataformas de Smartphone = Emoções Diferentes

Fonte: Interpretações do Unicode IF601. MILLER, Hannah. 2016

Considerações

O uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas como WhatsApp, na comunicação organizacional informal potencializa a comunicação dialógica multiplataforma entre funcionários e *stakeholders* da organização superando as barreiras

do espaço real e aumentando o tempo de relacionamento entre a organização e seus públicos de interesse.

É importante notar que observamos uma quantidade considerável de compartilhamento de dados e arquivos confidenciais. Essa prática pode favorecer o uso indiscriminado de informações organizacionais e ser um ponto vulnerável para as estratégias do negócio quando seu uso não é pautado sob a orientação de políticas claras e um código de conduta ética presente e estrategicamente implantado pela comunicação interna como orientação para os públicos internos da organização. Entendemos a plataforma como ponte e não como muro, uma vez que ela aumenta a interação das pessoas, mas não muda o *ethos* que cada enunciador e enunciatário tem por essência.

Os estudos mostram o impacto dos emojis como promotores da plataforma como ponte na comunicação, por serem um recurso paralinguístico facilitando a interpretação nas relações de trabalho por aproximar o diálogo do semelhante ao diálogo presencial face a face, mas sem a barreira da distância entre espaços reais para acontecer. Observamos que o uso de emojis ajuda promover o tom intencional do enunciador para o enunciatário. Neste sentido também apontamos a necessidade de cautela, e jamais a cessão, no seu uso.

Nosso alerta é por verificarmos que os pictogramas possuem um único código, mas não uma única interpretação devido ao *gap* que há entre a escolha do signo pelo enunciador e a visualização deste mesmo signo pelo enunciatário por meio das plataformas utilizadas quando distintas em seus sistemas operacionais. A maior parte das pessoas que utilizam a comunicação via mobile não a fazem digitando um conjunto de caracteres que forma o código fonte, mas sim pela escolha imagética do que eles representam visualmente e isso altera a produção de sentido e a gramática de reconhecimento.

A tecnologia é um caminho sem volta e a comunicação é imprescindível para a sobrevivência das organizações, a atenção e aprendizado do seu uso é empírico e cada vez mais intuitivo. Entretanto sua adaptação não é tão rápida quanto sua evolução, por isso é importante atentar para a solidez das políticas e do *ethos* que permeia as comunicações nas relações de trabalho, para que a cada evolução que extrapole o que

conhecemos não fazamos das plataformas muros, mas sempre pontes de relacionamento.

REFERÊNCIAS

BAUMANN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 7ª ed. São Paulo: Hucitec, 1981.

BUENO, W. C. **A Rádio Peão e democracia interna nas organizações** - Revista da Faculdade de Administração e Economia, São Paulo, 2011.

_____. **Comunicação empresarial: da rádio peão às mídias sociais**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

CARRAMENHA, B.; MANSI, V. R.; CAPPELLANO, T. **WhatsApp, trabalho e comunicação**. São Paulo, 2015. Disponível em: < <http://www.comunicacaocomempregados.com.br/#!/whatsapp/cdec>>. Acesso em 23 nov.2015

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos A. Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CÔNSOLO, Angeles Treitero Garcia. A linguagem audiovisual em mídias portáteis e ubíquas. Comunicação & Mercado: Revista Internacional de Ciências Sociais Aplicadas da UNIGRAN, Dourados, v. 2, n. 2, p.250 - 261, nov. 2012. Disponível em: <http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/1N2/edicao_completa.pdf>. >. Acesso em: 27 out. 2016

DIGITAL IN 2016. England and Wales, We are social 2016. Disponível em:<<http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>>. Acesso em 30jun.2016

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **A linguagem humana: do mito à ciência**. Linguística, p. 13-46, 2013.

PAULINO, Roseli A. Fígaro. **O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho**. Chasqui No. 126, outubro 2014 Disponível em: < http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/issue/view/126_2014/showToc>. Acesso em 20 nov. 2016

GALINDO, D. S. **O sujeito Social em sua persona de consumidor em re(ação)**. In: GONÇALVES, Elizabeth M. (Org.) Práticas comunicacionais: sujeitos em re(ação). São Bernardo do Campo: UMESP, 2013. Disponível em: <[http://www.danielgalindo.ppg.br/O%20SUJEITO%20SOCIAL%20E%20SUA%20PERSONA%20DE%20CONSUMIDOR%20EM%200\(RE\)ACAO.pdf](http://www.danielgalindo.ppg.br/O%20SUJEITO%20SOCIAL%20E%20SUA%20PERSONA%20DE%20CONSUMIDOR%20EM%200(RE)ACAO.pdf)>. Acesso em: 02 dez.2015

GONÇALVES, E. M. **Comunicação e linguagem: a construção dos discursos nas organizações contemporâneas**. p. 13-29. In: GALINDO, D. S. (Org.) Comunicação institucional &

mercadológica: expansões conceituais e imbricações temáticas. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

LONGO, L. **Linguagem e psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2006.

MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital**. In: Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2005.

MILLER, H. et al. *“Blissfully happy” or “ready to fight”: Varying Interpretations of Emoji*. Minnesota: GroupLens, 2016. Disponível em: < http://grouplens.org/site-content/uploads/ICWSM16_Emoji-Final_Version.pdf >. Acesso em 20 jun. 2016

PALLEIRO, M. I. **Formas del discurso**. De la teoría de los signos a las practicas comunicativas. 2ª ed. Buenos Aires: Miño y Dávila srl, 2008

PIETROFORTE, A. V. S. **Tópicos de semiótica: modelos teóricos e aplicações**. São Paulo: Annablume, 2008.

SAKAMOTO, Leonardo. **Em São Paulo, o Facebook e o Twitter foram às ruas**. In: MARICATO, Ermínia [et al]. *Cidades Rebeldes*. São Paulo: Boitempo/Carta Maior, 2013.

STANGL, A. **A Natureza Artificial do Homem: McLuhan, cibernética e pós-humanismo**. 2009. Disponível em: < <https://andrestangl.wordpress.com/2009/09/11/mcluhan-cibernetica-e-pos-humanismo/?blogsub=confirming#subscribe-blog> >. Acesso em 11 dez.2015

CORRÊA, Elizabeth Saad. **A Comunicação Digital nas organizações: tendências e transformações**. Revista Organicom, v. 6, n. 10/11, 2009. p. 161-167. Disponível em: < <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/201> > . Acesso em 12 jul. 2016