

O USO DOS EMOJIS POR MEIO DO WHATSAPP NAS RELAÇÕES DE TRABALHO*

*Fabiana Moreira GAVIOLLI***

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

RESUMO

Esse 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, ainda, como seu uso potencializa a comunicação multiplataforma entre funcionários e públicos externos. Os estudos realizados por meio de pesquisas qualitativa e bibliográfica revelam os impactos na comunicação organizacional e nas relações de trabalho por uma das linguagens mais frequentes nessas tecnologias: os emojis, códigos visuais paralinguísticos que dominaram as plataformas digitais para facilitar a comunicação digital, produzir sentido e conotar emoção durante as conversas.

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. Refletimos acerca dos sentidos promovidos a partir da interpretação dos emojis como facilitadores ou geradores de atritos, definindo o uso das novas tecnologias como plataformas “ponte” ou plataformas “muro” no relacionamento de trabalho. Essas reflexões passam a sensação de “segurança” na troca de informações na comunicação sobre o trabalho por meio dos *smartphones*.

Dentre as plataformas de conversação digital, destacamos o WhatsApp, que funciona em múltiplos sistemas operacionais, como Android, IOS, Bla-

* Trabalho apresentado no GT 6 - Comunicação Digital e Tecnologias, do PENSACOM BRASIL 2016.

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

ckberry, Windows Phone, dentre outros. Segundo a pesquisa Digital In 2016, o WhatsApp lidera o ranking de plataformas utilizadas para a comunicação instantânea, contando com 100 milhões de usuários ativos no Brasil. De acordo com a definição do site oficial, o “WhatsApp é um aplicativo multi-plataforma” criado, em 2009, por Brian Acton e Jan Koum.

O aplicativo viabiliza a troca de mensagens de texto, realiza chamadas de voz e de vídeo e suporta envios instantâneos de áudio, de vídeo, de fotos, de arquivos, de geolocalização e de contatos da agenda. A plataforma é atraente por agregar mobilidade, favorecer o agrupamento por conveniências e a propagação rápida de informações e de 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, de transmissão de informações e demandas de trabalho foi potencializada.

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

EM BUSCA DA INTERAÇÃO

As organizações são constituídas por pessoas que vivem em um espaço real, com diferentes experiências e repertórios de vida. Esse 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”, atua, em seus diversos formatos, como agente promotora dos registros. Conforme aborda Fiorin (2006, p. 18), segundo a perspectiva bakhtiniana, “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 a partir do uso, ao longo do tempo, das tecnologias.

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 de espaço, que norteiam e orientam a história e a vivência do ser humano desde os primórdios, foram modificadas, ao longo do tempo, por meio 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 no espaço globalizado. Nesse contexto, o advento da internet provocou uma mudança profunda no comportamento humano e na forma de nos comunicarmos. A rede oferta um grande estímulo para o compartilhamento e para a produção de ideias e de conteúdos nesse ambiente. Basta estar conectado, por meio de qualquer *device*, que podemos nos relacionar instantaneamente com o mundo através de um simples *touch*. Com tal ação, provocamos reações imediatas, 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, que comunicava, por meio de desenhos e de figuras, o mundo real, até os emojis da contemporaneidade, criados na década de 1990, no Japão, por Shigetaka Kurita, então funcionário da NTT DoCoMo. Os emojis constituem signos de imagem da comunicação digital. 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. A ansiedade em falar e em ouvir traz ruídos nas significações da comunicação. Os emojis constituem uma paralinguagem, pois expressam emoções e conotam o tom “correto”, na verdade intencional, da conversa, amenizando textos que podem ser interpretados, pelo receptor, como “agressivos”, por exemplo. Castells (2013, p. 14) aponta que “a construção de significado na mente das pessoas é uma fonte de poder mais decisiva e estável.”. A interpretação e a construção dependem dos ambientes e dos repertórios dos enunciadores e dos enunciatários das relações dialógicas.

Para o autor (2013, p. 14), o ato de comunicar significa realizar a troca de informações e o compartilhamento de significado.

A maneira de pensar de um indivíduo determina o seu comportamento 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 de confidencialidade” quando pensamos no meio em que os relacionamentos ocorrem atualmente. Bueno (2014, p. 79) alerta que a comunicação *online*, além de romper com as barreiras do espaço e do 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, ainda, acerca da alma das relações sociais, sustentada pela confiança e pela boa vontade, variáveis do capital social que, também, se conquistam por meio da comunicação, como afirma Galindo (2013, p. 113).

RÁDIO PEÃO MIDIATIZADA

Além da comunicação interna formal, não podemos ignorar a comunicação interna informal, como a “rádio-peão”, termo popular que especifica o diálogo entre os funcionários de determinada organização. Porém, nesse tipo de “conversa” não há legitimação da veracidade do conteúdo abordado, visto que não é oriundo da fonte oficial de informações de uma organização, mas pode se tornar. Quando a comunicação interna não parte do pressuposto da via de mão-dupla, favorece 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 e constitui alternativa à comunicação interna formal, que, muitas vezes, não cumpre o 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, nos corredores e, até mesmo, nos banheiros. 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*. Um dos tópicos do estudo, o qual questiona se “o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas no trabalho aumentou a rádio peão” apontou que 17,34% dos entrevistados concordam totalmente com a afirmação; 29,4% concordam; 30,64% não concordaram nem discordaram da afirmação; 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 de que “o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas no meu trabalho aumentou o bullying entre os colegas”, observamos a presença da prática nas relações de trabalho, ainda que baixa perante à amostra total, pois 4,75 % dos respondentes concordam totalmente; 14,25% concordam; 31,83% são indiferentes; 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 constitui um modo crescente de comunicação na sociedade brasileira atual. Baumann (2004, p. 81) acredita que “os celulares assinalam, material e simbolicamente, a derradeira libertação em relação ao lugar”. A tecnologia, segundo McLuhan (2005, p.90 apud STANGL, 2009), consiste em uma extensão de nossos corpos. A prótese, por exemplo, seria a extensão dos braços. Nesse sentido, ao utilizarmos os *smarthphones* e os *tablets* para trabalhar, pagar contas, consumir, nos relacionar, nos informar, nos entreter e produzir uma infinidade de eternidades como conteúdo, confirmamos a tese do teórico canadense. Isso nos mostra que a midiaticização da sociedade constitui um caminho sem volta.

A pesquisa *Digital In 2016* revela que 58% dos brasileiros tem acesso à internet, isto é, 120 milhões de pessoas. Dessas, 88 milhões se conectam 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 entrevistados utilizam o aplicativo WhatsApp para a troca de mensagens instantâneas sobre o trabalho, 61,37% também usam o Facebook Messenger e 29,15%, o Skype. Os três dispositivos mais usados para tais ações são o smartphone pessoal, o notebook pessoal e o computador de mesa da empresa.

A comunicação se dá a partir das percepções dos ambientes nos quais 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 maneira de comunicação organizacional. A partir de uma linguagem própria, os emojis nos instigam a compreender as gramáticas de produção e de reconhecimento nesse 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 evoluiu muito com o surgimento da escrita. Porém, o diálogo com emojis revolucionou os processos e inseriu o conceito 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, confi-

guração 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, ainda, que as conversações por meio dos aplicativos de mensagens instantâneas acontecem com diversos públicos que a organização se relaciona. Os funcionários usam a plataforma, majoritariamente, para dialogar com os colegas de trabalho, como responderam 88,6% dos participantes. 20,6% afirmaram que se comunicam com terceirizados, 65,4% com suas lideranças diretas por iniciativa própria e 26,1 % das lideranças dialogam com seus subalternos. 41,9% dos entrevistados se relacionam com clientes/pacientes e 28,7%, com fornecedores. Já 6,4% dialogam com a imprensa, 3,1% com investidores, 28,2%, com parceiros e 12,8%, com a comunidade envolvida com a instituição privada.

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 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 de políticas de utilização dessas plataformas no trabalho, 20,2% dos entrevistados 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 e o estímulo para o relacionamento com clientes”. Os autores revelam, ainda, que “há poucos relatos de orientação de uso na comunicação entre empregados”.

Segundo a pesquisa *Comunicação no trabalho: E por falar em WhatsApp*, 83,61% dos participantes acreditam que o uso de aplicativos como o WhatsApp facilita o trabalho em equipe. A pergunta “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 entrevistados. Perguntados sobre a facilidade proporcionada por tais ferramentas, 95,01% relataram concordar com a afirmação. 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 pelo cliente/funcionário fora do horário comercial.

A internet tem poder avassalador tanto como plataforma de ponte, pois agrega e potencializa as relações humanas, quanto como plataforma de muro, visto que pode afastar as pessoas do convívio social. Essa lógica também se aplica às , 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 revela, ainda, um ponto importante acerca da sensação de segurança e de confidencialidade nas relações mediadas pelo Whatsapp. Ao serem questionados sobre a troca de mensagens confidenciais no aplicativo, 55,21% negaram a prática, enquanto que 44,29% responderam já terem repassado informações nesse sentido, o que desperta um grande alerta acerca dos dados estratégicos das organizações, que podem ser repassados instantaneamente e indiscriminadamente. Também de acordo com a pesquisa, a ferramenta é utilizada, em 97% dos casos, nos celulares pessoais dos entrevistados. Por fim, 23,29% relataram roubo, furto ou perda do *smartphone*, sendo que apenas 0,5% afirmou ter 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 e os incontroláveis acessos e compartilhamentos, como bilheteria — e fortalecer a comunicação no meio organizacional. A linguagem utilizada no ambiente virtual, cunhada de Internetês, não é regida pela norma culta. Pelo contrário, baseia sua estrutura na linguagem coloquial e, sua função, na rapidez de emissão e de recepção de mensagens. Esse “dialeto” se caracteriza pelo excesso de oralidade na escrita e 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 a partir da aglutinação das expressões japonesas “e” (imagem) e “moji” (personagem), em português “pictograma”, que consiste na linguagem escrita expressa por meio de desenhos e de formas. 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 e a estados de espírito. O crescente uso dessa paralinguagem cria uma nova forma de comunicação nas organizações e se aproxima, cada vez mais, dos diálogos face a face, mas também aponta para interpretações distintas dos mesmos códigos, o que ocasiona ruídos.

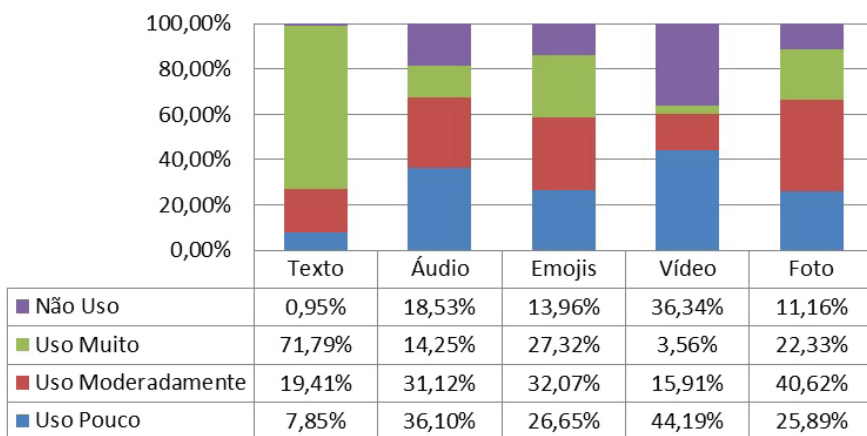
O sociólogo Herbert Brumer, da Escola de Chicago, propõe três premissas sobre interacionismo simbólico: significado, linguagem e pensamento. Primeiramente, ele aborda que as ações dos seres humanos são guiadas pelos significados que atribuem à interação e ao relacionamento com as pessoas e com o mundo físico. Nesse sentido, o uso dos emojis é condicionado ao significado atribuído por quem o recebe, de acordo com seu repertório de vida. A linguagem constitui a segunda premissa abordada, por conduzir a negociação do significado através de símbolos. Já o terceiro ponto consiste no pensamento, que pode ser modificado ou consolidado por meio do processo de interpretação que as pessoas usam para lidar com os símbolos. (BRUMER, 1986, p.79 apud GALINDO, 2013, p. 9-10).

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. Apenas 13,96% não utilizam emojis na comunicação sobre trabalho. Palleiro (2008, p. 171) aponta que “todos os aspectos vinculados com a 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

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 de 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.”

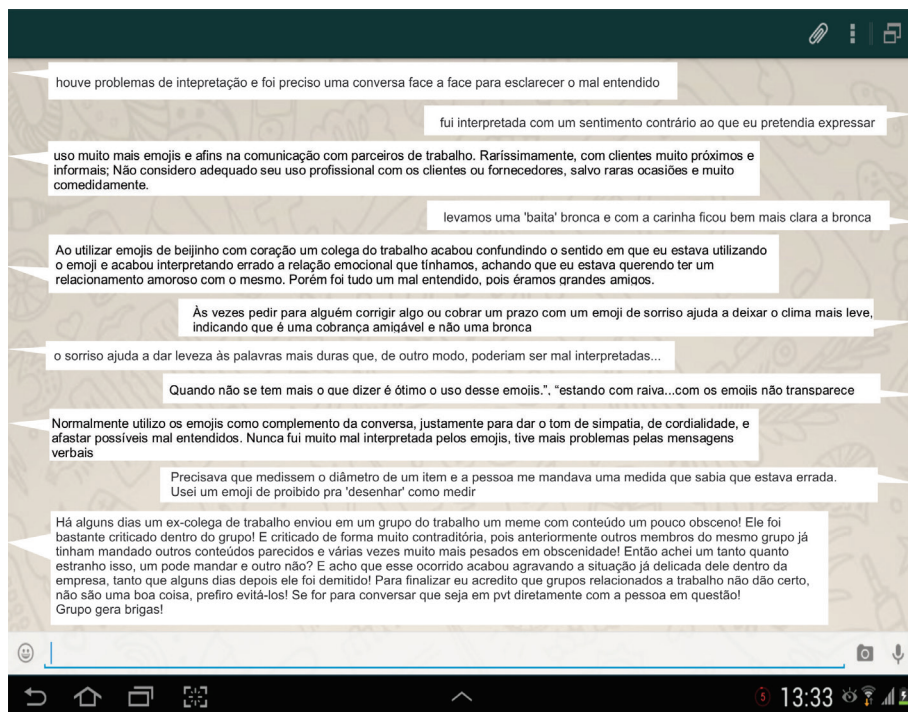
A linguagem [...] é uma inesgotável riqueza de múltiplos valores. A linguagem é inseparável do homem e segue-o em todos os seus atos. A linguagem é o instrumento graças ao qual o homem modela seu pensamento, seus sentimentos, suas emoções, seus esforços, sua vontade e seus atos, o instrumento graças 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 influenciar os comportamentos adotados pelos públicos das organizações. O uso de emojis é dialógico, pois estabelece relações de sentido nas quais reside a expressão de emoção entre enunciador e enunciatário.

(...) 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 dos entrevistados revelaram constrangimentos por enviarem palavras indesejadas ao receptor, pois digitaram as mensagens rapidamente e o corretor automático do aparelho alterou o sentido das ideias originais. Também existem relatos de envios de emojis não desejados. Além disso, 86,7% dos participantes afirmaram que o uso de emojis já ajudou a empregar 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, como mostra a 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

CONSIDERAÇÕES

O uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas como o 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 os seus públicos de interesse.

Observamos uma quantidade considerável de compartilhamento de dados e de arquivos confidenciais. Essa prática pode favorecer o uso indiscriminado de informações organizacionais e constituir um ponto vulnerável para as estratégias do negócio caso não seja pautada por políticas claras e por um código de conduta ética. 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 cada enunciatário têm por essência.

Os estudos mostram o impacto dos emojis como ponte na comunicação, já que consistem em um recurso paralinguístico que facilita a interpretação nas relações de trabalho e aproxima o diálogo, eliminando barreiras comunicacionais. Observamos que o uso de emojis promove o tom intencional do enunciador para o enunciatário. Nesse sentido, também apontamos, e jamais a cessão, no seu uso.

A cautela é necessária pois 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 pelo enunciatário, que podem utilizar plataformas distintas em seus sistemas operacionais. A maior parte das comunicações via mobile não ocorre por meio de 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 constitui um caminho sem volta e a comunicação é imprescindível para a sobrevivência das organizações, por isso, o aprendizado sobre o uso das inovações digitais é empírico e cada vez mais intuitivo. Entretanto sua adaptação não é tão rápida quanto a sua evolução. Desse modo, é importante observar a solidez das políticas e do *ethos* que permeia as comunicações nas relações de trabalho, para que não façamos, das plataformas, muros, mas sim 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.comunicacaoocomempregados.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%20\(RE\)ACAO.pdf](http://www.danielgalindo.ppg.br/O%20SUJEITO%20SOCIAL%20E%20SUA%20PERSONA%20DE%20CONSUMIDOR%20EM%20(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