

O LINKEDIN E OS NÃO-LINGUISTAS: REFLEXÕES A PARTIR DE UMA VISADA DISCURSIVA

THE LINKEDIN AND FOLK LINGUISTS: REFLECTIONS FROM A DISCURSIVE PERSPECTIVE

¹Viviane Quenzer¹

Universidade Federal de São Carlos

Lígia Mara Boin Menossi de Araújo²

Universidade Federal de São Carlos

Resumo: Neste artigo, iremos analisar a construção discursiva do perfil empresarial de uma não-linguista que prescreve o uso normativo da língua escrita na rede social LinkedIn. Para isso, faremos uma breve apresentação dos estudos sobre *Linguística Popular* (PAVEAU, 2020) para a classificação dessa não-linguista e sobre *Cena da Enunciação* (MAINGUENEAU, 2015) para entender de que modo essas práticas linguísticas, aliadas a gramática normativa da língua portuguesa em interface com o digital, constroem teorias espontâneas sobre uma possível língua profissional. Isto porque entendemos que essas práticas linguísticas realizadas por uma não-linguista fazem emergir estratégias específicas sobre a disseminação de um ideal sobre língua e, ao mesmo tempo, revela a construção de uma teoria sobre língua profissional, algo novo diante do que se entende sobre língua em relação às teorias formalizadas no ambiente científico e acadêmico. Desse modo, nossa investigação pretende verificar como essas práticas linguísticas espontâneas (normativistas e intervencionistas) são realizadas por Dalva, uma professora, mentora, empresária e Top Voice 2020, a partir da análise do conteúdo (autoral) descritivo de sua página profissional, na rede social LinkedIn, enquanto produção sobre a língua que poderia caracterizá-la como uma linguista popular.

Palavras-chave: Linguística Popular; Ideal de língua; LinkedIn.

Abstract: In this article, we will analyze the discursive construction of the business profile of a non-linguist who prescribes the normative use of written language on the social network LinkedIn. For this, we will make a brief presentation of studies on Folk Linguistics (PAVEAU, 2020) for the classification of this non-linguist and on Scene of Enunciation (MAINGUENEAU, 2015) to understand how these linguistic practices, combined with the normative grammar of the Portuguese language in interface with the digital, build spontaneous theories about a possible professional language. This is because we understand that these linguistic practices carried out by a non-linguist give rise to specific strategies on the dissemination of an ideal about language and, at the same time, reveal the construction of a theory about professional language, something new compared to what is understood about language in relation to formalized theories in the scientific and academic environment. Thus, our investigation intends to verify how these spontaneous linguistic practices (normatist and interventionist) are carried out by Dalva, a teacher, mentor, businesswoman and Top Voice 2020, from the analysis of the descriptive (author) content of her professional page, on the web social LinkedIn, as a production about the language that could characterize her as a folk linguist.

¹ Mestranda, Universidade Federal de São Carlos. Email: vivianequenzer@gmail.com.

² Doutora em Linguística e professora adjunta do departamento de Letras na Universidade Federal de São Carlos. Email: ligiamenossi@gmail.com.

Keywords: Folk Linguistic; Ideal Language; LinkedIn.

Introdução

As produções discursivas sobre a língua enquanto objetos de análise são comuns aos mais diversos círculos sociais, desde aqueles academicamente eleitos para tais produções, até aqueles com pouco envolvimento no estudo formal(izado) da língua. O ensino de Língua Portuguesa, frequentemente, nos colocou diante da microlinguística (sintaxe, semântica, morfologia e fonologia) para performar um suposto modo “correto” de falar e de escrever.

Nesse sentido, é possível perceber um trajeto migratório dessa microlinguística para o mercado de trabalho, uma vez que os moldes de uso da língua para certas demandas profissionais têm sido vendidos como bens de consumo sob a ótica do ideal de escrita a partir do cumprimento dos preceitos das regras ortográficas e gramaticais.

Esse trajeto é observável nos discursos daqueles com grande alcance midiático ao versar sobre escrita e comunicação como conhecimentos que podem garantir bons resultados dentro do espectro de necessidades impostas pelo mercado, como produzir bons conteúdos para engajar a sua marca, promover seu marketing pessoal ou redigir e-mails, por exemplo.

Neste artigo³, pretendemos analisar a rede social LinkedIn e, mais especificamente, o perfil de Dalva, uma Top Voice⁴ que prescreve e vende a normatividade da língua como a melhor possibilidade de uso no ambiente profissional, o que nos faz supor que essa circulação discursiva via LinkedIn possibilitaria pensar na irrupção de um modelo ideal de língua profissional que se forja no modelo formalizado da gramática.

Para compreender quem são esses não-linguistas, nos embasaremos nos pressupostos da *Linguística Popular* (PAVEAU, 2020), um campo ainda novo no Brasil, mas que vem ganhando força por meio dos trabalhos realizados por Baronas e outros a partir de 2019. Para entendermos *como se dá a construção da ideia de uma*

³ Cabe salientar que esse artigo é fruto das primeiras reflexões feitas a partir do projeto de pesquisa de mestrado que demos início este ano pelo programa de Pós-Graduação em Linguística (UFSCar) e também dos estudos empreendidos no Laboratório de Estudos Epistemológicos e de Discursividades Multimodais (LEEDIM).

⁴ O selo Top Voices do LinkedIn é um programa criado pela plataforma para dar visibilidade a perfis de usuários que compartilham bastante conteúdo, engajam pessoas e, por consequência, acabam se tornando referência em determinada área.

língua correta para os profissionais na composição de um perfil profissional da rede social LinkedIn, olharemos para a cena da enunciação empreendida na disseminação dessas práticas linguísticas, assim, tomaremos como aporte teórico e metodológico a noção de *Cena Enunciativa* de Dominique Maingueneau (2015).

1. Linguística Popular

As contribuições a respeito da língua não são atividades comuns apenas aos linguistas, pois, os falantes reproduzem prescrições ou descrições sobre a língua em diversos âmbitos sociais, sejam eles em discursos orais ou escritos, enquanto seres legitimados ou não para fornecer tais informações. É nesse sentido que a proposição da Linguística Popular (PAVEAU, 2020) se vale, ou seja, uma teoria que dá conta de analisar conjuntos de enunciados proclamados como práticas linguísticas profanas - isto é, que são formulados pelos não-linguistas, seja por falta de formação na área ou por tecer contribuições fora do arcabouço teórico, metodológico e científico da Linguística.

Os não-linguistas, assim chamados por N. Niedzielski e D. Preston (apud PAVEAU, 2020), designam, avaliam ou referem-se aos fenômenos da linguagem para produzir (os dois primeiros itens são retirados de Brekle, 1989 e o terceiro proposto por Marie-Anne Paveau (2020)): 1- Descrições ou (pré)teorizações linguísticas; 2 - Prescrições comportamentais; 3 - Intervenções espontâneas sobre a língua e 4 - Práticas militantes.

Mas, como identificamos esses falantes que produzem enunciados metalinguísticos e metadiscursivos a partir de posições não acadêmicas? Segundo Marie-Anne Paveau (2020), essa classificação pode ser feita por meio da tipologia elaborada a partir dos trabalhos já realizados pela Linguística Popular, sendo as posições divididas levando em consideração um nível decrescente de detenção de saberes linguísticos, teríamos então: (a) Linguistas profissionais; (b) Cientistas não-linguistas; (c) Linguistas amadores, (d) Logófilos, Glossomaníacos e outros entendidos como “loucos da língua”; (e) Preparadores-revisores-redatores; (f) Escritores, ensaístas; (g) Ludolinguistas; (h) Falantes engajados, militantes ou apaixonados, juristas em suas práticas textuais e orais; (i) Falantes comuns.

Diante da classificação anteriormente exposta sobre os linguistas profanos (ou não-linguistas), entendemos que a *Linguística Popular* se mostra como um saber prático e útil aos locutores para mudar a sociedade ou seu círculo de interações, seja familiar,

profissional ou pessoal, ou seja, a classificação promove um entrelaçamento do olhar desses não-linguistas como interessante e especialmente eficiente para os estudos científicos. Desse modo, os saberes linguísticos populares constituem teorias sociais da linguagem, cujo apoio se dá, é claro, sobre as práticas linguísticas e podem ter viés: descritivo, prescritivo, intervencionista e/ou militante. As teorias populares, por outro lado, agirão como organizadores sociais, que constituem o corpo do saber social, desse modo, a sociolinguística como linguística social, as toma como objetos, ou mais exatamente como metaobjetos (ou seja: objetos que falam de objetos), chamando-as de atitudes, avaliações, percepções ou representações.

As práticas languageiras são instrumentos de descrição psicológica e social utilizadas pelos locutores profanos. De acordo com D. Preston e L. Milroy, os locutores fazem uma correspondência entre aspectos psicológicos e aspectos languageiros (PRESTON & MILROY, 1999, p. 4-5 apud PAVEAU, 2018), ou seja, as percepções não científicas são carregadas de representações e de produções imaginárias que constituem verdadeiras teorias espontâneas de classificação sócio-psicológica. Marie-Anne Paveau (2018, p. 42) afirma, por fim, que as práticas disciplinares profanas são totalmente integráveis à análise linguística: "A linguística folk possui, com efeito, uma validade de ordem prática e representacional, e deve, por isso, ser considerada pela linguística científica como uma reserva de dados que nenhum linguista profissional consegue reunir com o auxílio dos métodos ditos "científicos". Ademais, Paveau (2018) acrescenta que necessário pensar em uma descrição renovada e cientificamente produtiva como "objeto da linguística, adotando uma posição antieliminativa, que integre a escala dos saberes linguísticos (do saber científico mais "duro" ao saber folk mais "suave") (PAVEAU, 2018, p. 42).

No próximo tópico, vamos apresentar a noção de Cena da Enunciação proposta por Maingueneau (2015) para sustentar nossas análises em torno do perfil de Dalva Corrêa na rede social LinkedIn.

2. Cena da Enunciação

Para nossa investigação sobre como se dá a construção discursiva e a produção de sentido promovida em torno de um ideal de língua, a língua profissional disseminada nas mídias digitais, em especial, na rede social LinkedIn, tomaremos a noção de *Cena da Enunciação* (MAINGUENEAU, 2015). Assim, buscaremos entender como a cena

genérica e a cenografia são construídas em um perfil profissional de uma especialista em Língua Portuguesa. Entendemos, a partir das ideias de Maingueneau (2015) que a *Cena da Enunciação* pode se referir a um quadro ou a um processo, o espaço bem delimitado no qual são representadas as peças e as sequências das ações, verbais ou não, que habitam esse espaço. A *cena enunciativa* não é um bloco compacto, mas um quadro que permite a interação de três cenas (MAINGUENEAU, 2015): a cena englobante, a cena genérica e a cenografia.

A cena englobante corresponderia ao tipo de discurso, entendido aqui como um setor de atividade social caracterizável por vários gêneros do discurso. A cena genérica, ou gêneros do discurso, está sempre associada a:

Uma ou mais finalidades: supõe-se que os locutores sejam capazes de atribuir uma (ou várias) finalidade(s) à atividade da qual participam, para poder regular suas estratégias de produção e interpretação dos enunciados (...).

Papéis para os parceiros: em um gênero do discurso, a fala vai de um papel a outro. A cada um desses papéis são atribuídos direitos e deveres, bem como competências específicas (...).

Um lugar apropriado para o seu sucesso: pode se tratar de um lugar fisicamente descritível (...).

Um modo de inscrição na temporalidade, que atua em diversos eixos: a periodicidade ou a singularidade das enunciações, sua duração previsível, sua continuidade, seu prazo de validade.

Um suporte: um “texto” não é um conteúdo que tomaria emprestado de maneira contingente algum suporte (...) ele é indissociável de seu modo de existência material (...).

Uma composição: dominar um gênero de discurso é ter uma consciência mais ou menos clara de suas partes e de seu modo de encadeamento (...).

Um uso específico de recursos linguísticos: todo locutor tem à disposição um repertório mais ou menos extenso de variedades linguísticas (...) e cada gênero de discurso impõe, tacitamente ou não, restrições na matéria. (MAINGUENEAU, 2015, p. 120)

A cenografia identifica que as normas constitutivas da cena genérica não bastam no que diz respeito à singularidade de um texto. Enunciar não é somente ativar previamente as normas de uma instituição, mas construir sobre essa base uma encenação singular é instaurada: a cenografia. Assim, um romance pode ser enunciado por meio de uma cenografia de conversa íntima, de relato de uma viagem ou de um diário pessoal. A noção de cenografia se apoia no fato de que o enunciador, por meio da enunciação, pode organizar a situação a partir da qual pretende enunciar. O próprio desenvolvimento de todo discurso, busca, de algum modo, suscitar a adesão dos destinatários ao instaurar a cenografia que o legitima. Ainda que imposta logo de início, deve ser legitimada por meio da própria enunciação. Não se trata apenas de um cenário, mas, de legitimar um enunciado que também deve legitimá-la, que deve estabelecer que

essa cenografia da qual a fala vem é a cenografia requerida para enunciar em um ou outro gênero de discurso.

Nosso corpus analítico encontra-se em uma rede social que apresenta características distintas das demais, isto porque tem como enfoque a construção de perfis profissionais, e que tem como regular as publicações e atualização do último curso que o sujeito daquele perfil fez ou ainda para qual cargo ele foi promovido, por exemplo. Desse modo, é possível observar o funcionamento de diferentes cenas de modo simultâneo; antes de partirmos para a análise, faremos uma breve descrição do LinkedIn para, em seguida, olharmos para o perfil de Dalva Corrêa.

3. O LinkedIn e os não linguistas: um olhar discursivo para a língua profissional

Projetada inicialmente como uma rede social para perfis e páginas profissionais, a plataforma foi fundada em dezembro de 2002 e lançada, *a posteriori*, em maio de 2003. O intuito era conectar empresas e profissionais cujo perfil serviria para que pessoas demonstrassem suas aptidões e as tivessem confirmadas e creditadas por meio de comentários e recomendações de suas conexões, exercendo o papel de um currículo profissional virtual, com a possibilidade de ser atualizado e visualizado em tempo real. De acordo com os dados de janeiro de 2015, a rede social já atingiu o alcance de 347 milhões de usuários, está disponível em 24 idiomas, têm registro em mais de 200 países, e é considerada a maior rede profissional até o momento. Um estudo realizado por uma empresa chamada Jobvite⁵ afirma que, segundo pesquisas, 93% dos recrutadores buscam candidatos pelo LinkedIn.

Com acesso, em grande parte, gratuito, a rede oferece diversas funcionalidades para permitir que os participantes alcancem seus objetivos com a plataforma - seja encontrar emprego, anunciar vagas, fazer parcerias e/ou networking; como a construção de um perfil com foto, formação ou formações acadêmicas, cursos e outras experiências de trabalho, bem como a recomendação de competências de suas conexões, ou seja, outros participantes da plataforma. É possível ainda publicar fotos, vídeos e textos sobre alguma experiência profissional, uma opinião, um pedido de recolocação no mercado ou uma reclamação de algum serviço consumido. Às empresas, é possível tecer comentários em posts com elogios, publicar notícias sobre um novo produto e algum

⁵ Disponível em: <<https://www.jobvite.com/>>.

acontecimento expressivo, ou ainda, se redimir perante questões que possam desfavorecer a imagem da marca.

A rede ainda viabiliza a ofertas de vagas de emprego e o acesso a perfis que mais se assemelham ao perfil do usuário e suas necessidades, também disponibiliza a opção de enviar mensagens e procurar as melhores empresas para vender seu produto ou seu currículo. Ou seja, atualmente, a plataforma tornou-se um meio de comunicação não só para conectar pessoas com vagas, mas também realizar a venda de um serviço/produto de empresas com outras empresas por meio do perfil pessoal de seus funcionários.

Com o tempo, o LinkedIn foi se sofisticando em termos de funcionalidades e conta, atualmente, com a premiação das pessoas com mais interações em seu perfil. A premiação intitulada “Top Voice do LinkedIn” promove aos ganhadores um lugar de destaque e credibilidade ao fazer postagens. São consideradas como pessoas com autoridade para falar sobre determinados assuntos e que tem alcance e, portanto, uma rede abrangente de conexões.

A premiação se dá por meio da postagem de conteúdos relevantes e por pessoas que sabem como gerar engajamento na plataforma, ou seja, falam a língua do seu público. As pessoas consideradas “Top Voices” são premiadas com um selo que o próprio LinkedIn oferece, como forma de reconhecimento e força para continuar a promover conteúdos que geram comprometimento.

É possível afirmar que, como a finalidade é a interação profissional, a plataforma disputa em menor grau a atenção do usuário, uma vez que a sua dinâmica não contempla a postagem de publicações de cunho apenas pessoal, como fotos ou conteúdos voltados para familiares e amigos. A partir das informações levantadas, é possível dizer que o LinkedIn, na esteira de outras redes sociais, tem caráter influenciador e formador de opiniões, já que consegue reunir, virtualmente, um grande volume de pessoas em um só espaço.

Para esse esboço de análise, selecionamos o perfil empresarial de Dalva Corrêa na rede social LinkedIn. A produção redigida é de autoria de Dalva que recebeu o selo Top Voice da plataforma, portanto, considerada autoridade para falar de assuntos referentes à comunicação, tanto por sua formação como pela sua atuação profissional e alcance dos conteúdos produzidos.

Figura 1: Perfil Profissional de Dalva - Empresa Batida Perfeita

Batida Perfeita
 Conquiste a liberdade de escrever textos que representem você e a sua empresa.
 Composição e revisão de textos · Rio de Janeiro, Rio de Janeiro · 4.784 seguidores

Dalva works aqui · 1 funcionário

✓ Seguindo Inscreeva-se Mais

Início Sobre Publicações Vagas Pessoas Vídeos

Sobre

A Batida Perfeita tem um modelo de negócios para potencializar sua escrita.

- Mentoria "Minha Batida Perfeita" - para Pessoas empreendedoras, produtoras de conteúdo, redatoras, profissionais liberais que precisam alavancar seu negócio por meio da escrita; e para Pessoas que desejam encontrar sua voz na escrita e ter liberdade de escrever textos que as representem. A agenda de janeiro está aberta. Vamos conversar!
- Oficina "Conteúdo que Engaja: produção de conteúdo no LinkedIn" - para Pessoas que querem destravar sua escrita na rede e produzir conteúdo autêntico com as orientações de uma LinkedIn Top Voices (Eu!). Terá nova turma em abril/2021.
- Curso "Treine seu Português para o trabalho" - para Pessoas escreverem de modo correto e assertivo o que precisa ser comunicado. Aulas de Português, redação de e-mails e de Comunicação assertiva. (INSCRIÇÕES ABERTAS!)
- Guia digital "Português para quem não tem tempo: 99 dicas rápidas sobre casos gramaticais para você não errar mais!" - para as Pessoas tirarem suas dúvidas mais comuns de português, em um material de linguagem simples, clara e objetiva.
- Treinamento corporativo - para Empresas que precisam melhorar a comunicação escrita interna e externa. Sob consulta.

Você se interessou pelos produtos e serviços? Entre em contato pelo telefone: (21) 96439-5674.
 visualizar menos

Fonte: LINKEDIN⁶

⁶ Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/batidaperfeita/>. Acesso em 23 de jun. 2021

Dalva Corrêa⁷ foi premiada em 2020 pelo LinkedIn e tem mais de 87 mil seguidores na plataforma. Segundo seu perfil profissional, Dalva é graduada em Letras pela Instituição de Ensino Estácio, possui MBA (Master in Business Administration) em Gestão de Pessoas, Recursos Humanos e Liderança pela Universidade Cândido Mendes e Pós-graduação em Gestão de Pessoas pela mesma Universidade. Já foi docente de língua portuguesa, literatura e produção textual no ensino médio, redatora freelancer, coordenadora de revisão e produtora editorial. A professora é fundadora da *Batida Perfeita*, página do LinkedIn que conta com mais de 4 mil seguidores e é descrita como uma empresa de composição e revisão de textos, localizada no Rio de Janeiro, cujo slogan é: “Conquiste a liberdade de escrever textos que representem você e a sua empresa”.

De acordo com as categorizações dos não-linguistas sugeridas por Marie-Anne Paveau (2020), os não-linguistas (ou linguistas profanos) podem ser classificados se levarmos em consideração qual o seu grau de detenção de conhecimentos linguísticos; assim, podemos entender que a prática linguística promovida em seu perfil corrobora com a posição de *Preparadores-revisores-redatores*; ademais, a fundadora da empresa *Batida Perfeita* é professora graduada em Letras e trabalha com prescrições acerca da língua para o mercado profissional. Podemos afirmar também que, nesta descrição do modelo de negócio da autora Dalva Corrêa, a prática linguística que predomina é a prescritiva que estão colocados de modo pontual alguns caminhos, tais como cursos, oficinas, guias e treinamentos para apreensão do suposto uso da Língua Portuguesa para o sucesso. Nesse sentido, traçamos um paralelo com o que Paveau (2020) faz a respeito da *Laienlinguistik* que é a linguística dos manuais de conversação ou de expressão oral, destinados a melhorar a competência linguística dos locutores na sua vida social e profissional.

Ao partirmos para a delimitação da cena enunciativa, Maingueneau (2015) postula, na configuração do discurso, três cenas: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. Se a cena genérica é a mobilizadora dos participantes, cujo papel é mais ou menos determinado, podemos dizer que o gênero do discurso do material que recortamos para análise é um post para perfil em uma rede social profissional, os participantes da cena genérica se dividem entre Dalva: a professora, mentora, Top Voice e empreendedora, e o profissional/empresário: que acredita precisar de ajuda para escrever bem.

⁷ Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/dalvacorrea/>.

A cena englobante corresponde ao tipo de discurso e ao tomarmos o material de análise acima, podemos dizer que se trata da cena englobante do discurso corporativo e, ao mesmo tempo, publicitário, uma vez que esse discurso, embora circule especificamente em um ambiente cujos participantes trabalham ou são donos de empresas das mais diversas áreas, também possui a finalidade de fomentar a compra e acesso às soluções oferecidas.

Nesse caminho, além de identificarmos a cena englobante é preciso também entender o funcionamento da cena genérica, que define os papéis dos sujeitos que participam da cena enunciativa, como fizemos acima. Na cena genérica, definimos também uma ou mais finalidades para aquilo que é enunciado, nesse caso, a possibilidade de se destacar no mercado, aprender as regras da língua escrita ou conseguir se comunicar melhor. Se cada parceiro ocupa em um determinado gênero do discurso um papel, seja ele associado a certos comportamentos discursivos ou verbais, Dalva e quem consome suas soluções, são, respectivamente professora/mentora > aluno/mentorado e narradora/remetente > destinatário/profissional de qualquer área ou empresa.

Ainda no escopo da cena genérica, é necessário um lugar apropriado para o sucesso da enunciação, ou seja, se casamento é na igreja e julgamento é no tribunal, a divulgação e a venda de conhecimento para ajudar (n)o profissional pode ser no LinkedIn, uma vez que o LinkedIn é uma rede social profissional para o profissional. No que tange à temporalidade, a produção discursiva utilizada para esse esboço de análise segue a mesma temporalidade da maioria de suas produções, cuja finalidade é ajudar a atrair o profissional para consumir um produto (um curso, um guia, uma mentoria etc.), por meio de produções curtas, de fácil absorção e com uma frequência pré-determinada, necessária, inclusive, para a manutenção do selo de Top Voice e os critérios de alcance no LinkedIn.

Sendo o texto indissociável de seu modo de existência, o suporte aqui utilizado é a própria rede social LinkedIn. Observamos que o material de análise demonstra um encadeamento de ideias próprio ao gênero de discurso que o legitima – postagens que servem como dicas, ensino ou mentoria de um conhecimento atrelado a uma necessidade subjetiva e profissional. Assim sendo, podemos afirmar que se trata de uma propaganda/publicidade na qual a enunciativa visa persuadir o público – profissionais e empresas, por meio da exemplificação do que a empresa pode oferecer e de uma chamada à aquisição dessas soluções.

A cenografia, por outro lado, constitui “a cena de fala que o discurso pressupõe para ser enunciado e que, por sua vez, deve validar através de sua própria enunciação [...]” (MAINGUENEAU, 2008b p. 70). O autor postula que há gêneros discursivos que apresentam uma variação mínima de cenografias, tais como a lista telefônica, as receitas, os textos administrativos, entre outros. Por outro lado, há gêneros que são suscetíveis de cenografias variadas, mas mantêm sua cena genérica rotineira, como por exemplo os manuais universitários que podem se afastar da sua cena genérica, formulando seu ensinamento por meio de um romance de aventura.

No material que trouxemos para análise, pudemos verificar uma cenografia com a qual o potencial consumidor se depara e cujo intuito é suscitar a adesão deste destinatário. Uma cenografia em que há a transposição de termos de um campo do saber que demonstra disputa e um objetivo a ser alcançado. Ao se valer dos verbos “treine” e “melhore” em “Curso *“Treine seu Português para o trabalho”*” e “*Treinamento corporativo - para Empresas que precisam **melhorar** a comunicação escrita interna e externa*”. por exemplo, a autora empresta do campo do esporte, da competição, a ideia de que é necessário se exercitar, ou seja, treinar, para ficar bom em algo e conseguir um prêmio – mais clareza em seu conteúdo, mais sucesso como profissional ou para sua empresa.

Considerações Finais

Para finalizar nossos primeiros passos em direção ao entendimento de como se dá a construção discursiva de uma dita língua profissional, depreendemos que a cena englobante do material analisado é a do discurso corporativo ou publicitário, a cena genérica é um post para perfil na rede social LinkedIn e a cenografia é de uma coach da língua, ou seja, uma treinadora para competir no mercado de trabalho. A partir dos estudos de Marie-Anne Paveau (2020) sobre a *Linguística Popular* e a categorização que a autora propõe para os não-linguistas, é possível afirmar que Dalva é uma não-linguista prescritiva e, ao mesmo tempo, intervencionista.

Cabe salientar que as proposições de Dalva revelam estratégias sobre a língua que funcionam em um ambiente específico, a afirmativa de que se possa obter por meio do estudo da gramática uma comunicação clara e assertiva são habilidades cuja requisição é corriqueira em vagas de emprego, por exemplo. Ao mobilizar instrumentos linguísticos para formular teorias populares sobre a língua correta do profissional - o que configura uma atividade não especializada sobre a língua, uma vez que ela produz

conhecimento retomando saberes oriundos da gramática normativa para formatar, por exemplo, um Guia Digital sobre gramática - ela constrói e dissemina saberes linguísticos profanos que permitem categorizá-la como uma linguista popular que promove um olhar específico para uma língua profissional.

Referências

AMARAL, Rubens. O ensino do português. In: PINTO, E. P. (org.). O português do Brasil: textos críticos e teóricos II - 1920-1945: Fontes para a teoria e a história. São Paulo: Edusp, 1981. p. 415-421.

BARONAS, Roberto Leiser. COX, Maria Inês Pagliarini. Apresentação do Dossiê. Linguística popular/folk linguistics e linguística científica: Em vez do versus, propomos a integração. In: Revista Fórum Linguístico. Volume 14, no. 4, 2019. p. 4254 - 4256. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/issue/view/3003>>.

BARONAS, Roberto Leiser. CONTI, Tamires Bonani. Notas sobre a possibilidade de um trabalho no carrefour epistemológico entre a linguística popular e os estudos do discurso. In: Revista Fórum Linguístico. Volume 14, no. 4, 2019. p. 4285 - 4294. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2019v16n4p4285>>.

MAINGUENAU, Dominique. Discurso e análise do discurso / Dominique Mainguenau; tradução Sírio Possenti.- 1.ed. - São Paulo; Parábola Editorial, 2015. 192p

_____. Cenas da enunciação. Organização da tradução: Sírio Possenti, Maria Cecília Spuza-e-Silva. 1a. Edição. Curitiba-PR: Criar edições, 2006. 182p.

NIEDZIELSKI, Nancy. A.; PRESTON, Dennis. R. Folk Linguistics. Berlin, New York: de Gruyter, 2000.

PAVEAU, Marie-Anne; ACHARD-BAYLE, Guy. Linguística popular - a linguística 'fora do templo': Definição, geografia e dimensões. *Pratiques: linguistique, littérature e didactique*, número 139/140. Paris, v. 16 n. 4, dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2019v16n4p4257>. Acesso em: 20 fev. 2021.

PAVEAU, Marie-Anne. Linguística folk: uma introdução. Organizado por Roberto Leiser Baronas, Tamires Cristina Bonani Conti e Julia Lourenço Costa. Araraquara: Letraria, 2020. Disponível em: <<https://www.letraria.net/linguistica-folk-uma-introducao/>>. Acesso em 5 de maio 2021.

_____. Não linguistas fazem linguística? Uma abordagem antieliminativa das ideias populares. Trad: Phellipe Marcel da Silva Esteves In: Revista Policromias, Ano III, Dezembro, 2018. p.21-45. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/policromias/article/viewFile/21267/12729>>. Acesso em 5 de maio de 2021.